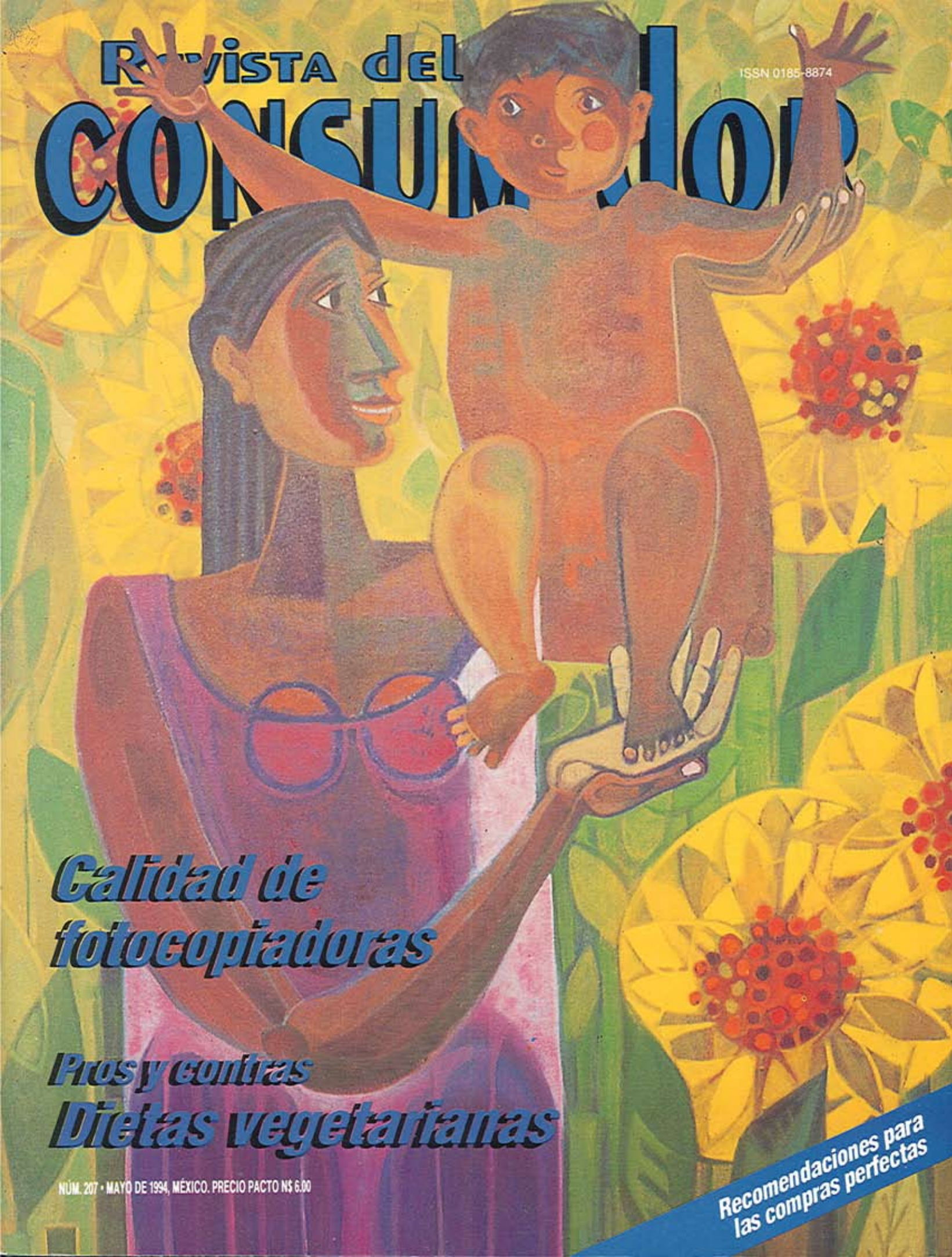
Revista del CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874



Calidad de fotocopiadoras

Pros y contras Dietas vegetarianas

Recomendaciones para las compras perfectas

NÚM. 207 • MAYO DE 1994, MÉXICO. PRECIO PACTO N$ 6.00

Revista del
Pruebas de calidad de aspiradoras
Visitazo al mercado de anteojos
No se quede atrás
Un camino seguro por andar, lo encuentra en la Revista del Consumidor con sus estudios de calidad de productos y servicios.
Suscríbase a la Revista del Consumidor
12 meses por sólo N$ 60.00
Llame al 568-87-22, 598-67-81 611-75-23 y 611-73-79 o acuda a la oficina de la Profeco más cercana.
THE HUMBER

SUMARIO

Mayo 1994

Editorial 2

Horas decisivas

Servicios de la Profeco 3

Información comercial para el consumidor
La conciliación ante todo

Orgullosamente mexicano 9

Industria pesquera

El carrusel de los signos 17

Porque madre sólo hay una

La entrevista del mes 24

Raúl Macías:
El Premio Nacional de Calidad

El consumo en los estados 27

Puebla y su talavera

Todo sobre... 33

Recomendaciones para comprar
Dieta vegetariana

Salud 39

El tabaquismo, riesgo total
Ortopedia: un gran peso a cuestas
Nuevos tratamientos contra el cáncer

Los pequeños consumidores 49

Industrias Alimenticias Club 62

Foro del consumidor 64

Reporte especial 1

Calidad de fotocopiadoras

Directorio

Director:
Marco Antonio López Gallo

Editor: Marco Antonio López Gallo; Director Editorial: Oscar Romero Rojas; Jefe de Redacción: Guillermo Torales Caballero; Jefe de Información: Enrique Parada García; Jefa de Corrección: Dora Torres Ponce; Reporteros: Marta S. García, Ma. Guadalupe Cruz, Graciela Muñoz, Miguel Prieto, Karla Nájera; Corrección: Alejandra Sánchez.

Portada: "Maternidad I". Autor: Ramírez Andrade Antonio.
Acervo del CENDIAP-INBA

Aclaración: En nuestra edición anterior -Núm. 206, abril- omitimos el crédito del reportero Miguel G. Prieto en la sección *La entrevista del mes*, misma que estuvo dedicada al escritor y periodista René Avilés Fabila. Ofrecemos disculpas por ello.

Director de Arte y Diseño: Alejandro Lobato Rosales; Jefe de Diseño Gráfico: Víctor Gutiérrez G.; Diseñadores: Francisco Alatriste, Pedro Castellanos G., Francisco Hernández, Fernando R. Molina; Apoyo Informático: Sandra Salgado M.; Tipografía: Ana S. Chio, María Concepción Aguilar; Fotógrafo: Gonzalo Gutiérrez. Ilustradores: Mónica Miranda, Alfonso Orvañanos.

El contenido de los anuncios comerciales publicados en la Revista del Consumidor es de la exclusiva responsabilidad de los anunciantes. Su publicación no implica, en modo alguno, por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, juicio de valor ni acto de autoridad, ni aval de los bienes o servicios que se anuncian. Asimismo, estas condiciones forman parte de los acuerdos que al respecto se suscriben con los anunciantes.

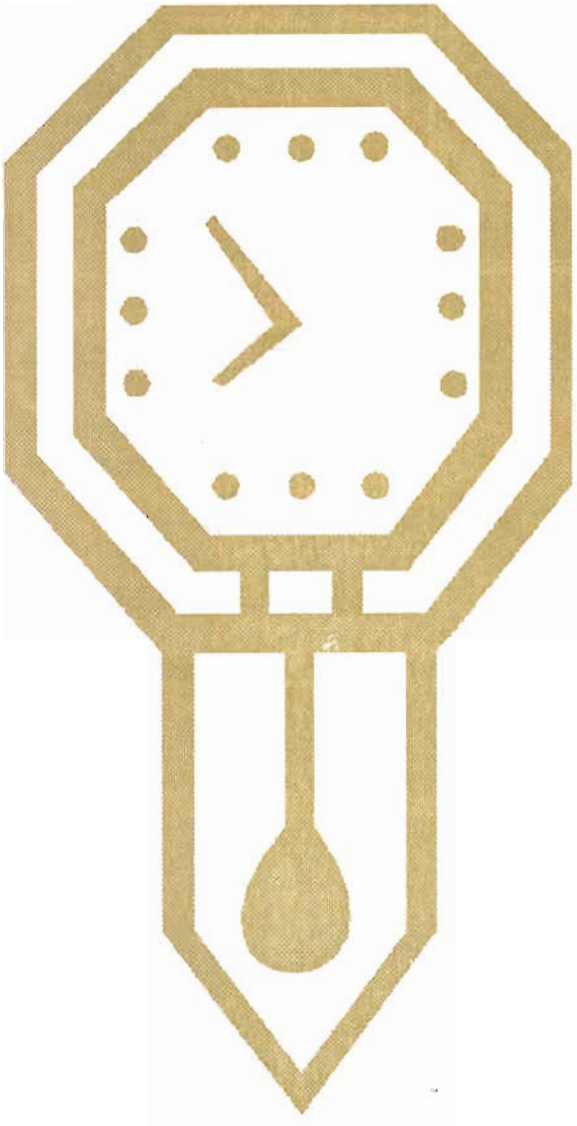
Teléfono de la revista: 559-72-98 exts. 262 ó 263. Para correspondencia, diríjase al editor de la Revista del Consumidor en Insurgentes Sur núm. 1228, 5° piso, c.p. 03200, o al A.P. 20800, México, D.F.

Editorial

Horas decisivas

La trascendencia de los sucesos que envuelven al país ha traído consigo una ola de incertidumbre que obliga a repensar el horizonte de México y a buscar vías que aseguren una mejor convivencia entre los grupos sociales, así como un equitativo desarrollo económico y social. En estas horas decisivas, la democracia aparece como la herramienta social indispensable para conjurar la violencia y disipar la confusión.

En las crisis, los pueblos muestran su temple y su voluntad de ser. Las grandes lecciones históricas se nutren siempre de la capacidad de las naciones para sobreponerse a los conflictos. En estos días hemos valorado la importancia del respeto a la ley, de la tolerancia y la coexistencia de valores y pensamientos disímbolos. La suma de voluntades en torno al interés superior de la nación es premisa fundamental para asegurar el futuro.



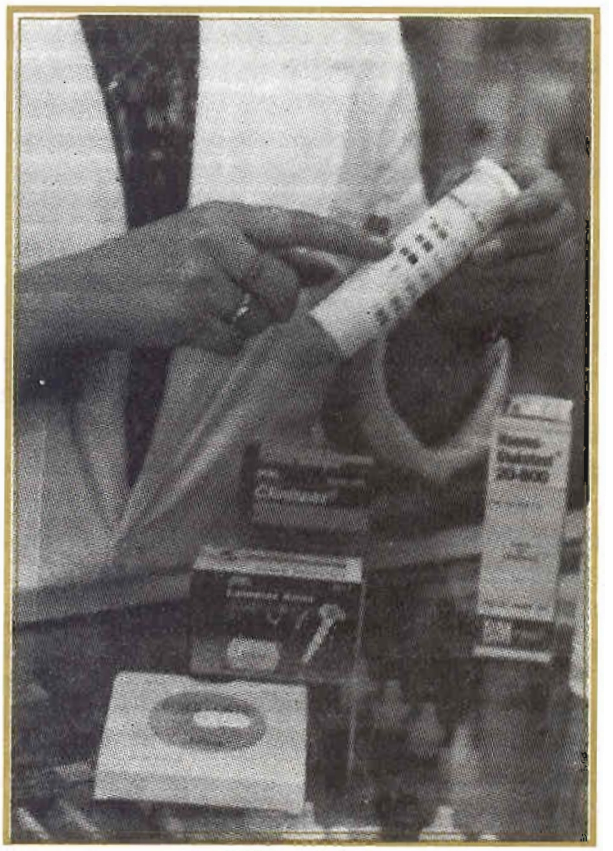
El saldo de esta hora crítica es la unión de México. El verdadero aprendizaje de los días históricos que vivimos es oportunidad para abrir nuevos cauces al desarrollo. La sociedad mexicana cuenta con la madurez, imaginación y energía suficientes para canalizar las grandes inquietudes que hoy se multiplican en toda la república, orientadas hacia el fortalecimiento institucional y la conformación de una nación más sólida y justa.

En esta tarea, la acción de gobierno desempeña un importante papel. Para cumplirlo, es necesario que las instituciones se acerquen a la población y escuchen las voces regionales; que caminen en el mismo sentido y a la misma velocidad que la sociedad, estableciendo un doble compromiso: realizar sus tareas con la mayor eficiencia y oportunidad, y redoblar sus esfuerzos para cubrir rezagos estructurales en los que se incuban diferentes formas de injusticia social.

En ese sentido, la Profeco refuerza su vocación de servicio, procurando que las relaciones de consumo se desarrollen con equidad. El consumo es un ámbito extraordinariamente complejo que sólo puede atenderse con una orientación preventiva y con una amplia participación social. Mediante el respeto a la ley y a la acción corresponsable de la población, la Procuraduría Federal del Consumidor será cada vez mejor interlocutor de la sociedad para defender y hacer valer sus intereses y derechos.

En todos los productos

Información comercial necesaria para el consumidor



Actualmente, el consumidor tiene a su disposición una infinidad de marcas y presentaciones de un mismo producto, y puede escoger el que más convenga a sus necesidades considerando calidad y precio.

A fin de mantener un control sobre los bienes que existen en el mercado, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) toma las medidas necesarias para garantizar que los artículos estén etiquetados con la información comercial indispensable que facilite al consumidor su elección.

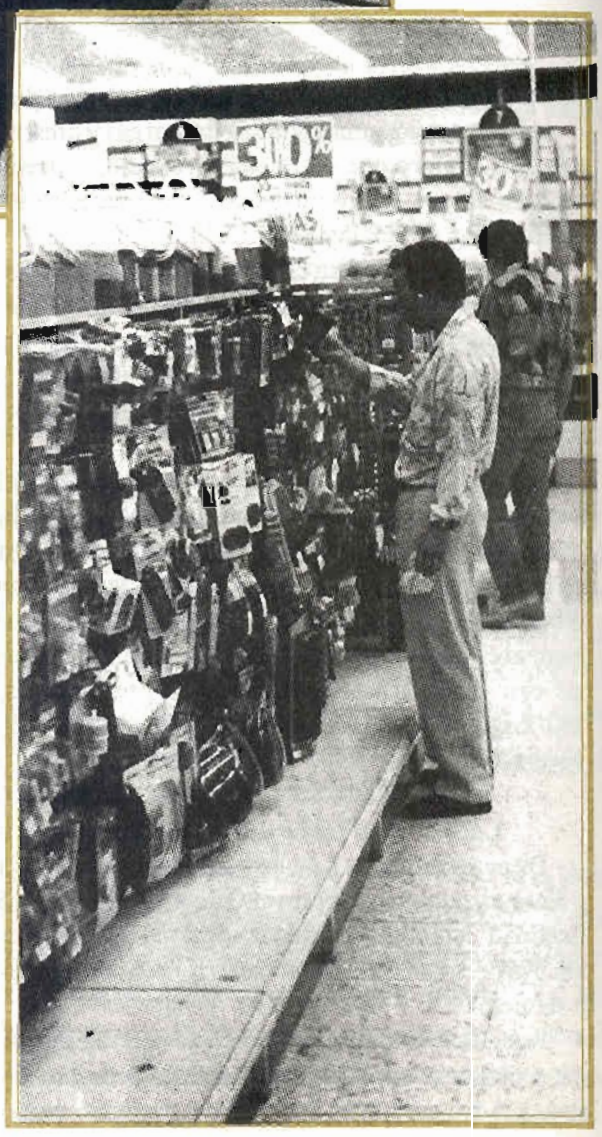
En esta labor, la Profeco cuenta con el apoyo del área de Verificación Comercial, perteneciente a la Dirección de Inspección y Vigilancia, que se encarga de verificar y vigilar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) para la actividad comercial en materia de instructivos, garantías, etiquetas con especificación industrial, y promociones, bajo los términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

La NOM en favor del consumidor

De acuerdo con la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, las Normas Oficiales tienen como finalidad establecer características, especificaciones o procedimientos que deban reunir los productos o servicios.

Además de "la determinación comercial, sanitaria, ecológica, de calidad, seguridad e higiene y requisitos que deben cumplir las etiquetas, envases, embalaje y la publicidad de los productos y servicios para dar información al consumidor o usuario" (artículo 40, fracción XII). Vigilarán que se incluyan "los datos y demás información que deban contener los productos o, en su defecto, sus envases o empaques, así como el tamaño y características de las diversas presentaciones".

La Norma Oficial Mexicana es de cumplimiento obligatorio y se constituye como un instrumento fundamental para regular productos y servicios con la finalidad de que el consumidor no adquiera artículos que impliquen un riesgo.



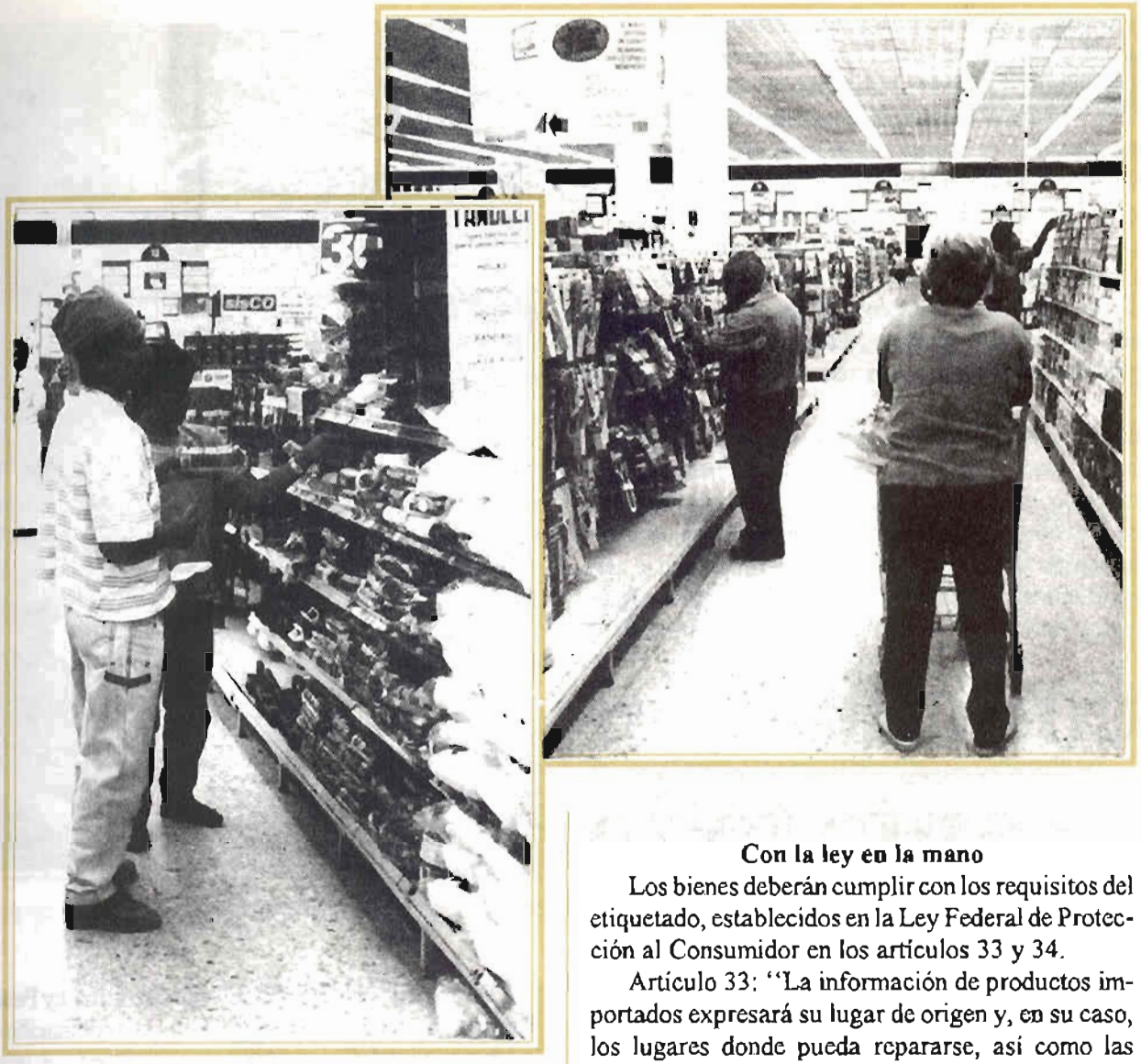
En nuestro país existe la llamada Norma Mexicana (NMX), la cual tiene las mismas características y objetivos de la Norma Oficial Mexicana (NOM), con la diferencia de que el gobierno no exige que se cumpla. Ésta es promovida principalmente por el sector privado con el fin de aplicarla a sus productos, lo cual constituye una referencia de calidad, protección y orientación al consumidor.

Verificación

La Procuraduría Federal del Consumidor tiene la facultad de verificar la información comercial, que es un factor importante para proteger al consumidor.

La Ley Federal sobre Metrología y Normalización, a través de las Normas Oficiales Mexicanas, exige que se incluya la información comercial en las etiquetas de un bien para garantizar al consumidor los datos esenciales que le ayudarán a elegir la mejor opción.

El Departamento de Verificación Comercial participa en la elaboración de las Normas Oficiales, así como en el asesoramiento a proveedores acerca de las características que debe tener el etiquetado de su producto.



En este departamento se brindan cerca de 150 consultas al mes a productores, comercializadores e importadores, en las que se les proporciona información sobre etiquetación. También se atienden denuncias provenientes de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi), cámaras, asociaciones y público en general por irregularidades en la información comercial. Las quejas generalmente se refieren a que el etiquetado no está en idioma español, como lo cita la Ley Federal de Protección al Consumidor en el artículo 34.

El interés de los productores, comercializadores e importadores por vender sus productos los ha conducido a indagar sobre la normalización, para asegurarse de que sus artículos cumplan con las características obligatorias de acuerdo con lo establecido en la NOM, a fin de ofrecer al consumidor calidad, información, seguridad y confianza en lo que va a adquirir.

Con la ley en la mano

Los bienes deberán cumplir con los requisitos del etiquetado, establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor en los artículos 33 y 34.

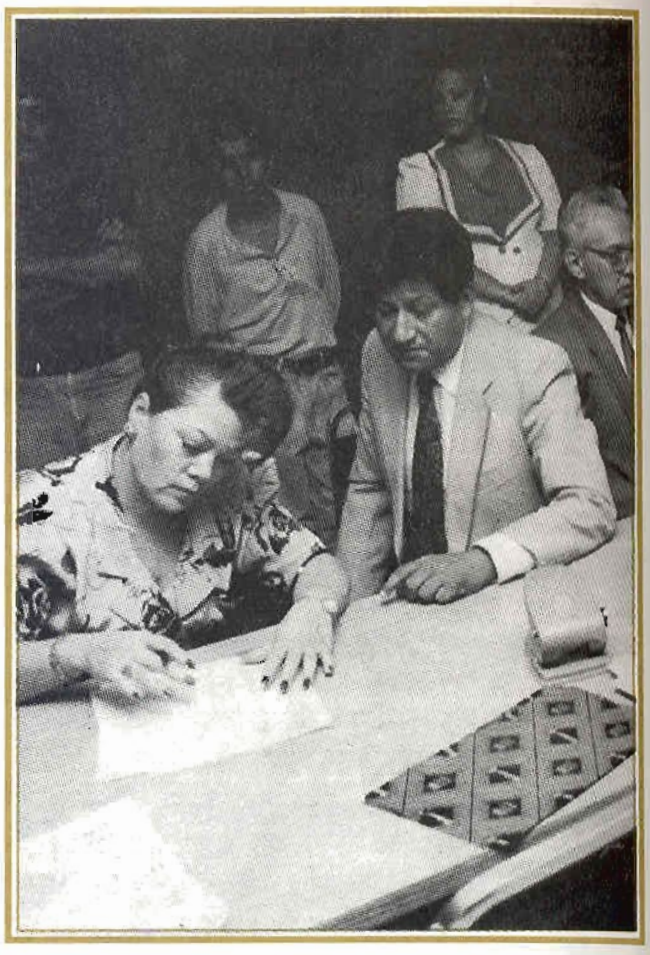
Artículo 33: "La información de productos importados expresará su lugar de origen y, en su caso, los lugares donde pueda repararse, así como las instrucciones para su uso y las garantías correspondientes, en los términos señalados por esta ley".

Artículo 34: "Los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases y empaques, y la publicidad respectiva, tanto de manufactura nacional como de procedencia extranjera, se expresarán en idioma español".

En caso de que algún artículo no se apegue a las normas oficiales, el consumidor puede solicitar información en la Dirección General de Inspección y Vigilancia de la Profeco; acudir a José Vasconcelos núm. 208, piso 15, colonia Condesa; o bien, llamar al teléfono 625-67-00 extensión 1232.

Karla Nájera

Fuentes: -Departamento de Verificación Comercial de Normas, Profeco.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.
-Ley Federal sobre Metrología y Normalización.



La Profeco, más cerca de usted

La conciliación ante todo

Cada año, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) resuelve entre 60 y 70 mil casos de consumidores que han visto afectados sus derechos por algún proveedor de bienes o prestador de servicios. Los rubros que se han hecho acreedores a más demandas son los servicios a la comunidad -como el telefónico y el de energía eléctrica-, promotoras e inmobiliarias, muebles y artículos para el hogar y la oficina, así como agencias automotrices.

El 90 por ciento de los casos se resuelve por la vía de la conciliación, mientras que al 10 por ciento restante se le aplica una sanción administrativa a través del Procedimiento por Infracciones a la Ley.

Fácil de conciliar

A propósito del significado, la importancia y los beneficios de la labor de conciliación que realiza la Profeco, la directora de Quejas y Conciliación de esta Procuraduría, Adriana Campos López, nos explica:

"La conciliación es un procedimiento mediante el cual se busca avenir a las partes. El conciliador es un intermediario cuya finalidad es que el proveedor y el consumidor lleguen a un acuerdo para resolver sus problemas de la mejor manera y en corto tiempo".

De acuerdo con la Sección Segunda de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), la conciliación podrá celebrarse vía telefónica o por otro medio idóneo, en cuyo caso será necesario que se confirmen por escrito los compromisos adquiridos.

El proceso conciliatorio se inicia una vez que el consumidor presenta su inconformidad ante la Profeco y se cita al proveedor de bienes o prestador de servicios a una junta conciliatoria en la que se tratará de resolver el problema, siempre y cuando el asunto le competa a la Profeco; en caso contrario, se canaliza a las defensorías de oficio o a los organismos respectivos.

Cuando se realiza la audiencia de conciliación y el proveedor no acude, se le impone una medida de apremio -multa- y se cita a una segunda audiencia en un plazo no mayor de 10 días. Si nuevamente falta a esta segunda cita, se le impone otra multa y se tiene como presuntamente cierto lo que manifiesta el afectado.

Por el contrario, si es el consumidor quien no acude a la junta de conciliación y no se presenta dentro de los 10 días siguientes con una justificación de su ausencia, la Profeco da por desistida la reclamación y el demandante no podrá presentar otra queja ante la Profeco por los mismos hechos.

Cuando las dos partes acuden a la junta conciliatoria, el abogado las insta a llegar a un acuerdo. Si esto se logra, se establece un acta en la que se hace constar el compromiso que adquiere el proveedor y los alcances que tiene la Procuraduría, es decir, se especifica la sanción a la que puede hacerse acreedor en caso de no cumplir lo pactado.

Tiempo para conciliar

El proceso conciliatorio tiene una duración variable, algunos casos se resuelven por teléfono el mismo día en que el consumidor solicita ayuda a la Profeco; otros tardan de uno a dos meses; algunos más se envían al Departamento Jurídico para que allí los resuelvan, o a resoluciones administrativas, quedando como árbitro la Profeco, estos últimos son los que toman más tiempo.

Asimismo, gracias al procedimiento conciliatorio se atiende todo lo relacionado con quejas presentadas por extranjeros que, luego de adquirir un bien o contratar un servicio en nuestro país y regresar a su lugar de residencia, se dan cuenta de que fueron sorprendidos o engañados; en estos casos, la reclamación se realiza a través de los consulados y embajadas, o bien, por medio de la Secretaría de Turismo. Posteriormente, la inconformidad se traslada y tramita, aun sin la presencia del reclamante; se cita al prestador de servicios y enseguida se remiten, vía Secretaría de Relaciones Exteriores, las cantidades recuperadas en favor de los consumidores extranjeros.

Dónde y cómo interponer su queja

Hace algún tiempo, la Profeco tenía una oficina central para la recepción de quejas, sin embargo, a partir del mes de marzo de 1994 todas las delegaciones estatales y federales están capacitadas para recibir quejas y reclamaciones, así como para efectuar ahí los procesos de conciliación, arbitraje y resoluciones administrativas que el consumidor requiera para la solución de su problema.

Además, se cuenta con asesoría vía telefónica sobre precios, comportamiento comercial de las empresas -cuáles son las más demandadas-, mejores opciones de compra, etcétera. Sólo basta llamar a los teléfonos 568-87-22 y por Lada al 91 800 90 313.

Para presentar su queja y seguir un proceso conciliatorio es recomendable que el consumidor lleve dos copias fotostáticas de los documentos de la acción motivo del conflicto, por ejemplo, contratos, facturas y notas de la operación comercial; si por alguna razón no cuenta con ellos, deberá proporcionar el nombre, domicilio y datos adicionales del proveedor y suyos, así como presentar una identificación vigente.

Marta S. García

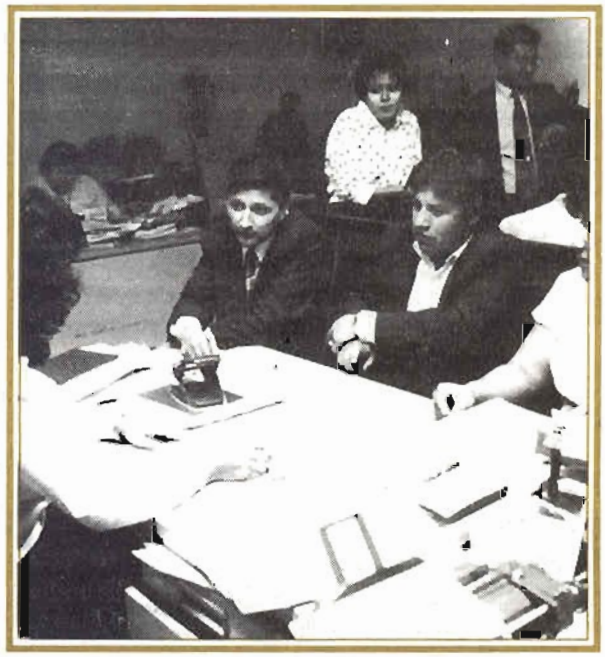
Fuentes: -Dirección General de Quejas y Conciliación, Profeco.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.

Giros más demandados y materia de reclamación*

Total de quejas recibidas en 1993:	22,548
Giros más demandados	
Servicios a la comunidad	5,818
Promotoras e inmobiliarias	2,147
Personas físicas	1,923
Muebles y artículos para el hogar y la oficina	1,756
Agencias automotrices	1,495
Otros	9,409
Materia de reclamación	
No se respetaron los términos del contrato	9,892
Cobro indebido	2,091
Incumplimiento en el servicio	2,291
Incumplimiento en la entrega del bien	2,064
Vicios y defectos ocultos	1,216
Otros	4,994

*Datos correspondientes a oficinas centrales durante 1993.

Fuente: Dirección General de Quejas y Conciliación, Profeco.

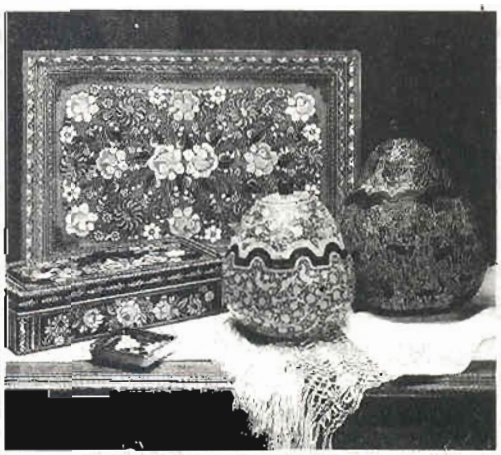


Integramos al Consejo...

- Instituto Nacional de Bellas Artes
- Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Instituto Mexicano de Cinematografía
- Instituto Mexicano de la Radio
- Dirección General de Bibliotecas
- Dirección General de Culturas Populares
- Dirección General de Publicaciones
- Festival Internacional Cervantino
- FONART

para promover y difundir la cultura

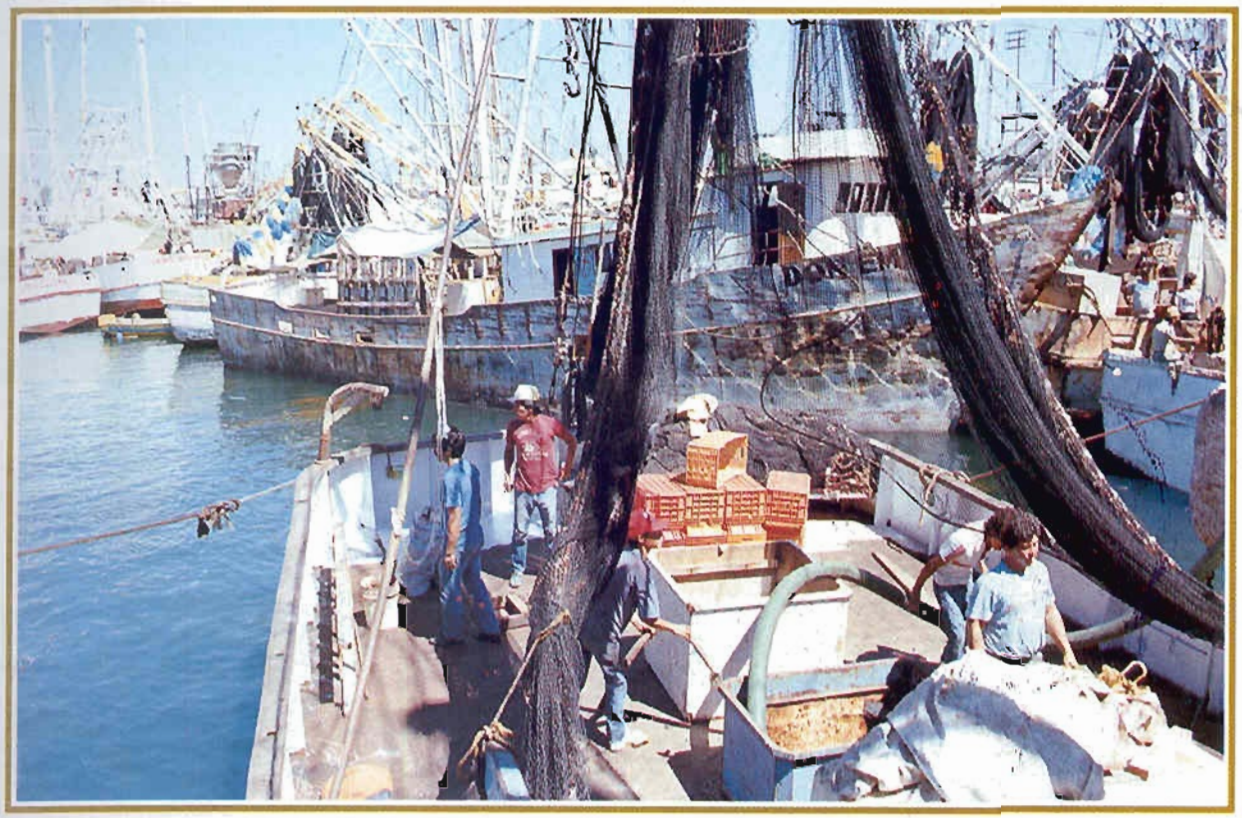
- Radio Educación
- Canal 22
- Educal
- Coordinación de Descentralización
- Programa Cultural Tierra Adentro
- Fondo Nacional para la Cultura y las Artes
- Fondo de Cultura Económica
- Unidad de Producciones Audiovisuales
- Preservación del Patrimonio Cultural



Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

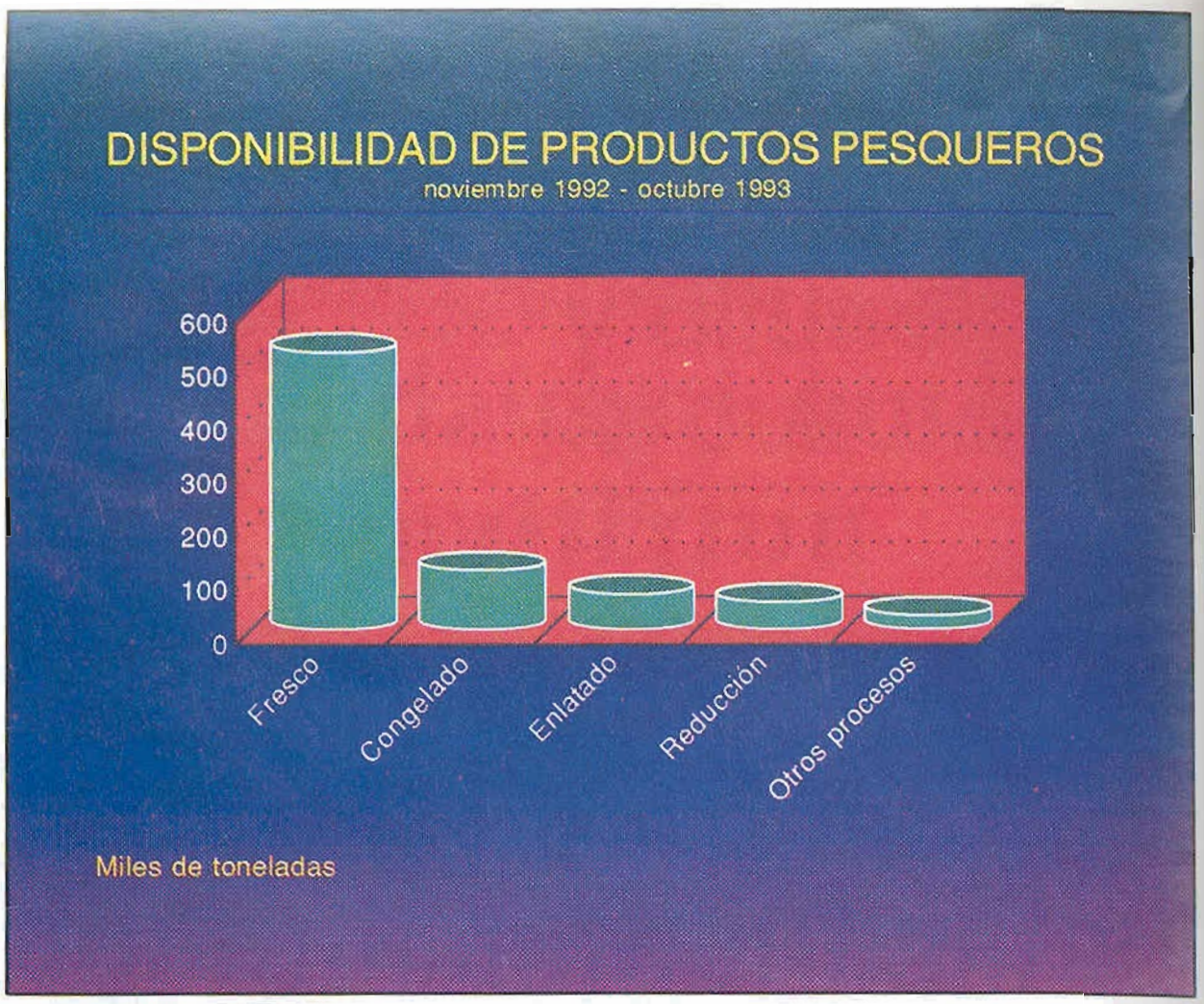
Productos pesqueros

Una industria nutritiva



La pesca es una de las actividades económicas y de supervivencia más importantes y antiguas que ha practicado el hombre. México, con sus 2 millones 892 mil kilómetros cuadrados de litorales, se ubica entre los 10 países más destacados en materia de producción pesquera (especialmente de atún), y como el principal productor de camarón, alimentos del mar con una calidad de exportación orgullosamente mexicana que es conocida y reconocida en los mercados internacionales.

La industria pesquera mexicana está presente en todo nuestro litoral. No existe puerto, ciudad o región costera que no posea cuando menos una pequeña, mediana o gran industria dedicada a este rubro Y para muestra basta un botón: en el periodo de noviembre de 1992 a octubre de 1993, el volumen de la producción pesquera mexicana fue de un millón 211 mil 947 toneladas. Las especies más abundantes en ese volumen fueron la sardina (18.9 %), túnidos (10.8 %), mojarra (7.4 %), camarón (6.0 %), algas



Fuente: Informe de labores 1992-1993, Secretaría de Pesca.

y sargazos (5.6 %), tiburón , cazón (2.9 %) y ostión (2.2 %).

Datos de la Secretaría de Pesca (Sepesca) señalan que de esta producción total, el 79.3 por ciento se destinó al consumo humano directo, 15.0 por ciento al consumo humano indirecto -insumos para otros sectores de la industria alimentaria- y 5.7 por ciento al uso industrial.

Por litorales, el del Pacífico contribuyó con el 65.1 por ciento; el del Golfo de México y el Caribe con 30.9 por ciento, y los estados sin litoral aportaron un 4.0 por ciento del total gracias a la acuacultura.

La industria en números

La actividad pesquera emplea a 309 mil 333 personas, de las cuales el 53.2 por ciento se dedican a la captura de especies, 26.5 por ciento a la acuacultura, 9.6 por ciento a la transformación y 8.9 a la comercialización; por su parte, el personal administrativo representó el 1.4 por ciento y el restante 0.4 se dedica a otras actividades.

En general, el volumen total de captura fue de un millón 48 mil 952 toneladas de productos; la indus-

tria pesquera procesó un total de 548 mil 573 toneladas de materia prima, con lo cual obtuvo 248 mil 722 toneladas de producto final congelado o enlatado.

Por otra parte, se distribuyeron 916 mil 763 toneladas de productos; de ellas, se destinaron 791 mil 861 al abasto interno y 124 mil 902 a la exportación. Asimismo, el consumo humano directo registró un ligero aumento de 0.7 por ciento. De la oferta total, los productos frescos representaron el 65.9 por ciento, los congelados el 15.0, los enlatados el 9.4, el harina y el aceite 5.9, y otras presentaciones el 3.8 por ciento restante.

En general, la producción pesquera arrojó un saldo favorable en la balanza comercial de 325 mil 943 dólares, en gran parte por el incremento de 3.9 y 3.0 por ciento en el valor exportado de camarón, y en algas y sargazos, respectivamente.

Flota y especies marinas

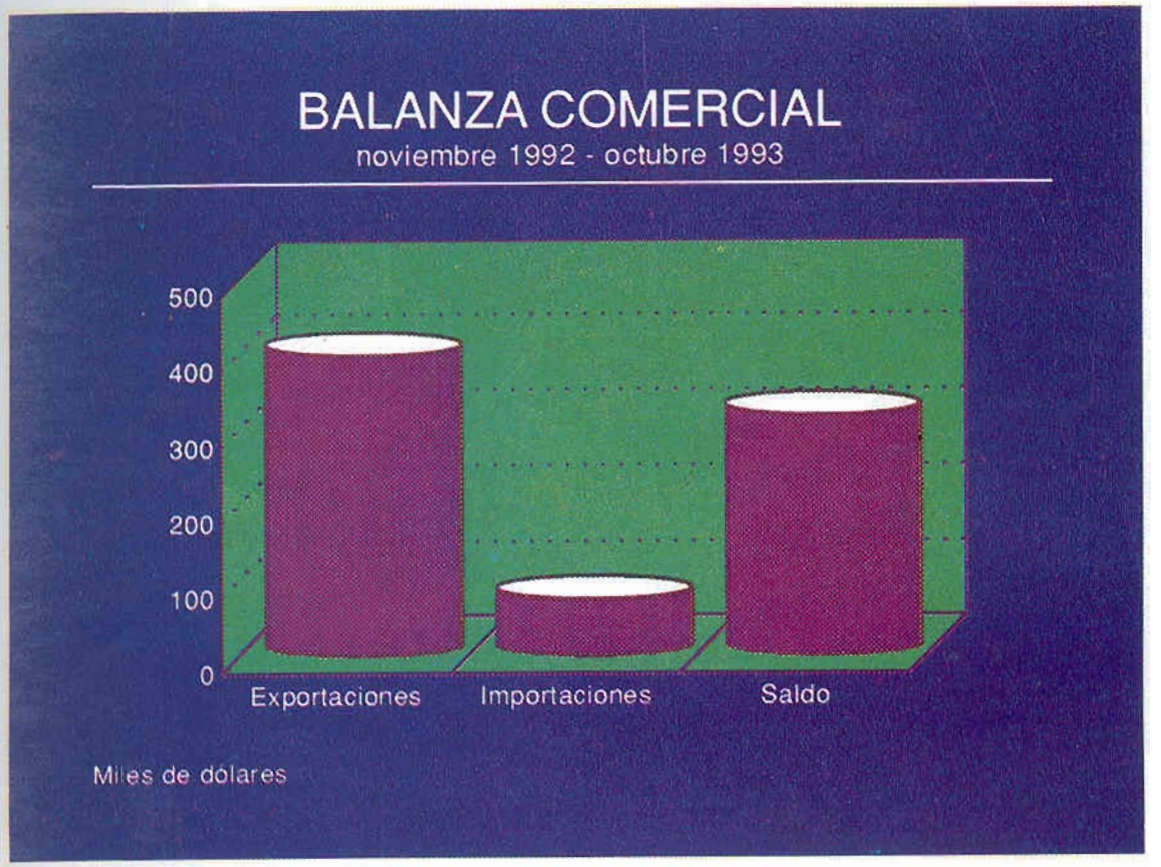
La producción marina tiene como soporte una flota pesquera de 73 mil 373 embarcaciones, de las cuales la flota mayor se integra por 3 mil 231 barcos, y la flota menor con 70 mil 503; esta última se dedica principalmente a la captura de especies ribereñas y de aguas continentales.

En tanto, la flota mayor posee 2 mil 311 embarcaciones camaroneras, 77 atuneras, 78 sardineras-anchoveteras y 745 dedicadas a otras pesquerías,

principalmente escama de altamar. Toda esta flota, debido a sus volúmenes, está considerada propiamente como una industria.

Entre las especies marinas más importantes dentro de la actividad pesquera mexicana figura en primer sitio el camarón, mismo que desde los años cuarenta encontró su principal mercado en los E.U. Por la conformación de sus litorales, México tiene una extensa variedad de camarón, sobre todo los de talla grande, preferidos en el extranjero.

El presidente de la Cámara Nacional de la Industria Pesquera (Canipes), José Antonio Ramírez



Fuente: Informe de labores 1992-1993, Secretaría de Pesca.

Thomas, explica a la **Revista del Consumidor** que "el camarón mexicano es considerado como uno de los de mejor calidad en todo el mundo, y es punto de referencia para los productos de otros países".

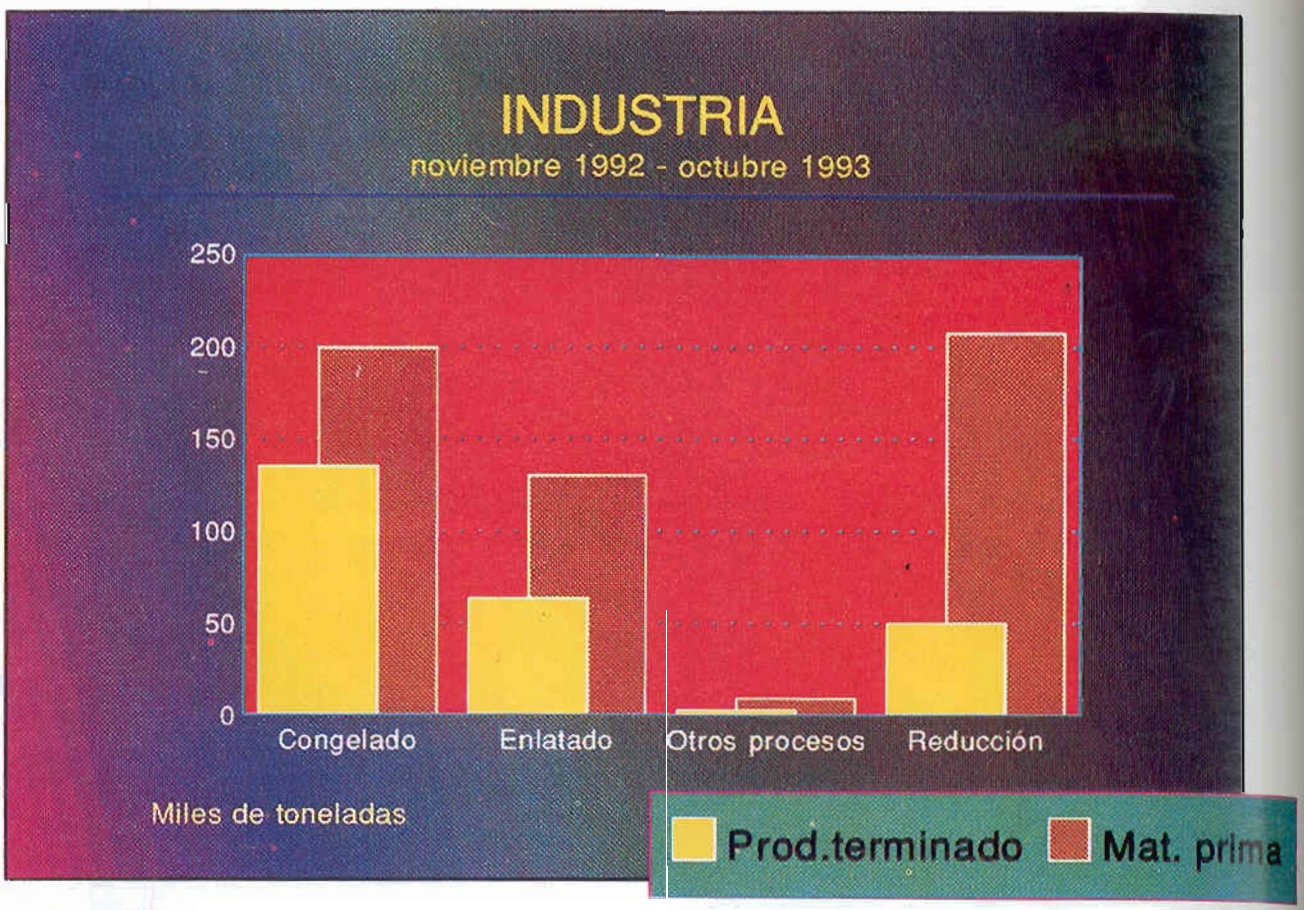
A juicio del funcionario, ésta es la especie básica de la industria pesquera nacional, cuyos puntos principales de producción son: Guaymas, Mazatlán, Salina Cruz, Ciudad del Carmen y Campeche.

"También hay flota camaronera en otros lugares -advierte el entrevistado-, como Manzanillo, La Paz, Cancún, Progreso, Tuxpan, etcétera, pero se consideran pequeñas con 20 ó 30 barcos en sus puertos".

La actividad camaronera genera por sí misma alrededor de 400 millones de dólares por año, con una producción anual de entre 42 y 43 mil toneladas de camarón descabezado; de esta cantidad, la mitad se consume en el mercado interno y el resto se exporta.

Otra especie fundamental en la industria pesquera mexicana es el atún. El Pacífico cuenta con uno de los centros atuneros más grandes del mundo, en particular del atún aleta amarilla, que es el más cotizado.

Puede decirse que la flota atunera mexicana es la segunda más importante del mundo, y la



Fuente: Informe de labores 1992-1993, Secretaría de Pesca.

Fuente: Informe de labores 1992-1993, Secretaría de Pesca.

más eficiente en términos de toneladas de producto capturado.

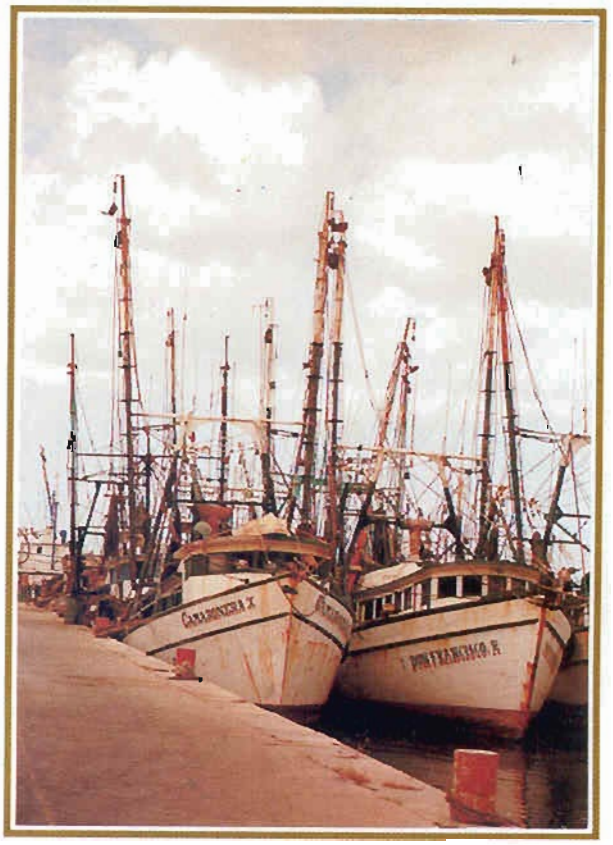
Al respecto, el presidente de la Canipes resalta: "Se ha logrado proteger y preservar al delfín, al grado de que la captura incidental de esta especie se sitúa ahora en el cero estadístico".

En este momento, la producción atunera asciende a cerca de 130 mil toneladas, siendo posible pescar hasta 180 mil toneladas. Cabe señalar que ha aumentado el consumo de atún en México, donde se abastece al mercado interno con 110 mil toneladas, contra apenas 15 mil de hace diez años.

Quizá un factor que influyó, además de las campañas, fue la estabilización del precio de la lata de atún, que no ha variado desde hace cinco años.

La industria atunera genera ingresos por más de 100 millones de dólares y este valor aumenta en su etapa de industrialización y enlatado.

La tercera rama importante del sector pesquero, que desafortunadamente se encuentra en problemas debido a los ciclos reproductivos de la especie, es la sardina, misma que el consumidor mexicano prefiere entomatada y en lata, aunque también se emplea en la producción de harina para la fabricación de ali-



¿Qué especies marinas preferimos los mexicanos?

El huachinango y el robalo son las preferidas entre los mexicanos, lo cual provoca que su cotización en el mercado sea más alta. Pero, ¿por qué son las de mayor consumo?

Echemos un vistazo a la historia: desde la antigüedad, el estado de Veracruz ha sido frontera y puerta por donde penetran productos al centro del país, especialmente a lo que hoy es la ciudad de México. Hace años, aquella entidad era un importante centro productor de robalo y huachinango, mismos que se distribuían masivamente en el altiplano.

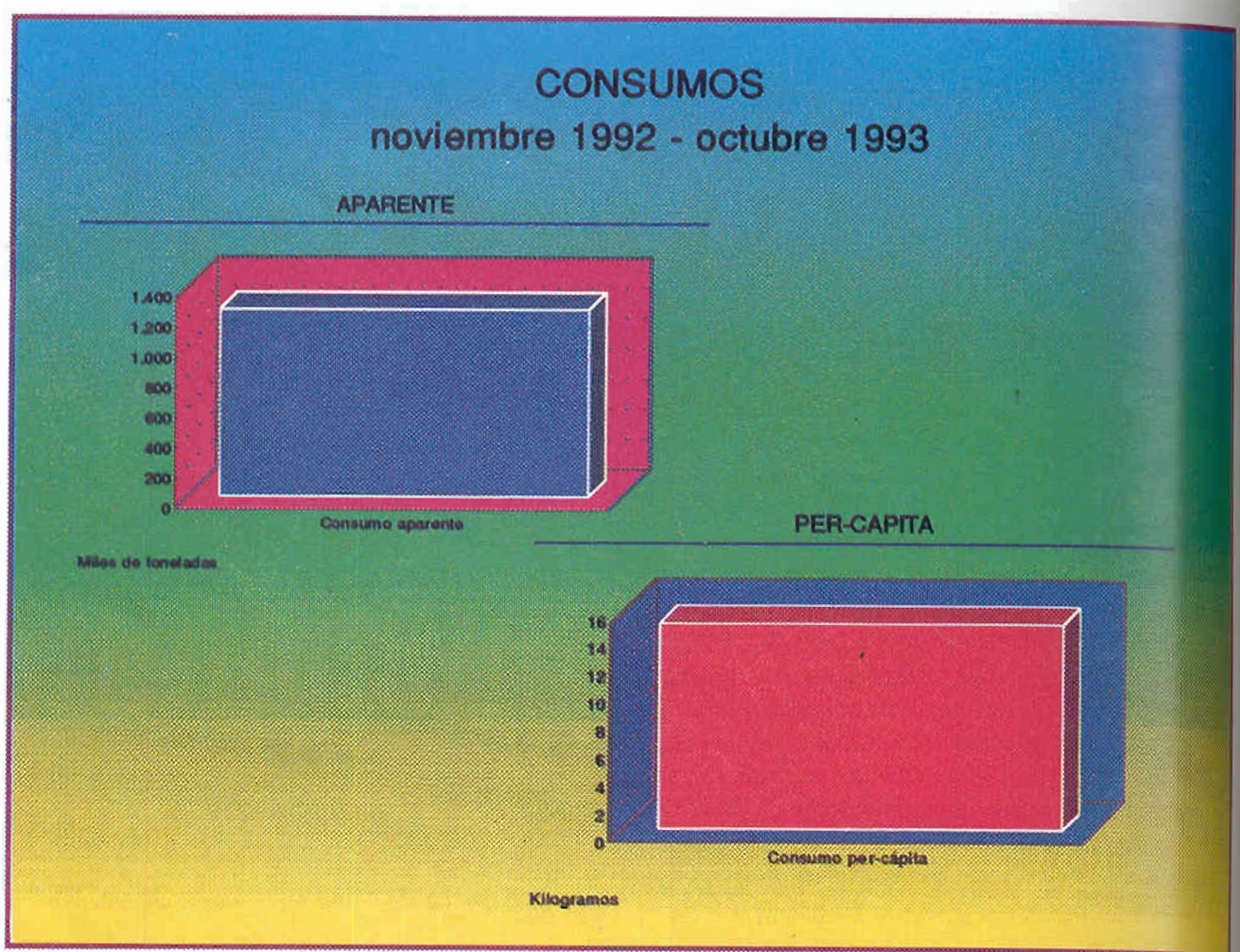
Debido a la cercanía entre Veracruz y el Distrito Federal, y también gracias a su excelente sabor, estos eran los productos con mayor presencia en los mercados.

Antes, el abasto de robalo y huachinango era suficiente para la población existente, por ende, los precios eran razonables; sin embargo, a la larga hubo un vacío de información e interés sobre la existencia de otras especies, y las ventas sólo se concentraron en las ya mencionadas.

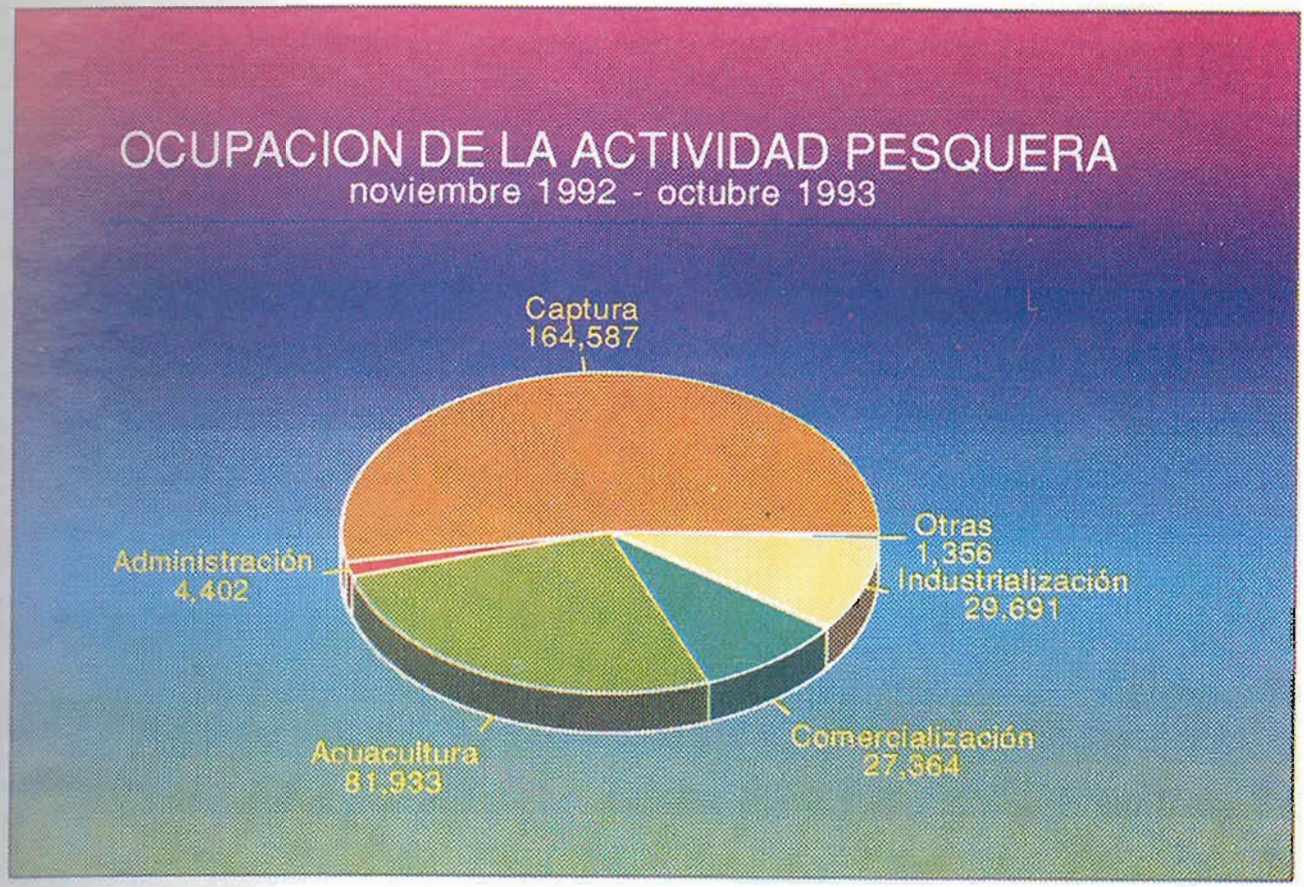
Actualmente sabemos que existen más de 200 especies de pescado tan finas y sabrosas como el robalo y el huachinango. No obstante aún persiste el prejuicio o el desconocimiento y el comprador sigue eligiendo el huachinango y el robalo, con lo cual el precio de estos pescados aumenta, ya que su producción no puede dar abasto a una ciudad tan grande como la capital del país y sus poco más de 18 millones de habitantes.

Este "error" no se le atribuye al mexicano, sino a la historia comercial y culinaria que concentró su atención en estas dos especies, dejando fuera a las demás.

Fuente: Cámara Nacional de la Industria Pesquera (Canipes).



Fuente: Informe de labores 1992-1993, Secretaría de Pesca.



Fuente: Informe de labores 1992-1993, Secretaría de Pesca.

mentos balanceados, así como en la avicultura y en la acuacultura.

Generalmente, la industria sardinera alcanzaba las 400 mil toneladas anuales, sin embargo, este año difícilmente rebasó las 200 mil toneladas. Aun así, está asegurado el consumo humano del producto, ya que el 30 por ciento de la producción se destina al enlatado y el 70 por ciento a la industria harinera, sector en el que ha repercutido la falta de abasto de la especie.

La actividad acuícola

Dentro de la industria pesquera nacional, el sector de la acuacultura es considerado como uno de los más notables. Existen dos centros de producción: uno en el altiplano mexicano, con un número elevado de granjas que producen trucha, tilapia y bagre; y otro localizado en la zona de Sinaloa y Sonora, donde se han establecido granjas de cultivo de camarón.

En general, la producción mediante la acuacultura fue de cerca de 14 mil toneladas en el periodo de noviembre de 1992 a octubre de 1993.

"Existe una industria artesanal muy importante -señala el presidente de la Canipes-, que captura una

gran cantidad de peces de escama (como huachinango y robalo, entre otros), situada en Yucatán y que anteriormente estaba en Alvarado, Veracruz.

"México produce hoy alrededor de 1.4 millones de toneladas de pescados y mariscos; la producción de atún, sardina y camarón son las más destacadas en valor".

Horizonte pesquero

La industria ofrece grandes perspectivas, pese al embargo atunero impuesto por Estados Unidos que enfrenta nuestro país. Actualmente hay una nueva ley de pesca que promueve la investigación pesquera. Asimismo, se está incrementando el consumo de pescados y mariscos, aunque los industriales aún no consideran que exista en nuestro país una verdadera cultura nutricional sobre el consumo de pescado: anualmente se consumen 110 mil toneladas, contra más de un millón de toneladas que se producen en el mismo lapso.

Un dato importante es que el año pasado se consumió en el mercado interno alrededor del 50 por ciento del total de camarón capturado; esto es todo un logro si comparamos la cifra con las estadísticas de hace diez años, las cuales indicaban que el 80 por ciento del producto se destinaba a la exportación.

En materia de infraestructura, existe una flota altamente tecnificada para la captura de camarón, atún, sardina y pesca de escama. En el caso del atún-delfín, hay un centro de investigaciones para el programa correspondiente de los industriales.

Respecto al camarón, el sector industrial ha invitado a científicos de la Universidad Nacional Autónoma de México y del Tecnológico de Monterrey para que brinden su apoyo en las tareas de administración pesquera, preservación del ambiente, y en la creación de lugares de maduración del camarón.

De igual forma, ya existen proyectos de maricultura para el cultivo de abulón, mejillón y ostión, y se ha iniciado el cultivo de jaiba.

La industria pesquera mexicana se prepara a entrar en un nuevo ciclo en el que el apoyo vital para la producción será la investigación marítima y la administración, aspectos de los que carecía, pero que hoy y mañana serán una valiosa brújula para encontrar el rumbo en el desarrollo y fortalecimiento de esta industria, orgullosamente mexicana.

Marta S. García

Fuentes: -Secretaría de Pesca.
-Cámara Nacional de la Industria Pesquera.
-Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

Mitos, poder y consumo

Porque madre sólo hay una...

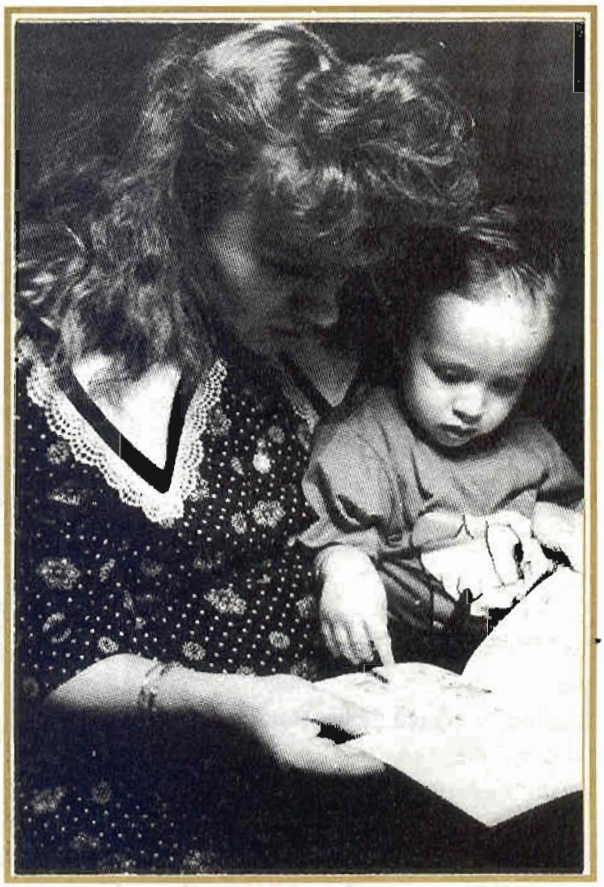
Como casi todos los pueblos, los mexicanos consideran a la mujer como un instrumento, ya de los deseos del hombre, ya de los fines que le asignan la sociedad o la moral. Fines, hay que decirlo, sobre los cuales nunca se le ha pedido su consentimiento y en cuyo seno se realizan.

El laberinto de la soledad, Octavio Paz.

La madre, la mamá, la "jefa", la "cabecita blanca", "mi jechu", la "nita", o cualquier otro nombre con el cual se le conozca en México, sabe que el 10 de mayo tocarán a la puerta sus "retoños" para celebrar su día con un "¡Felicidades!", o bien, dispuestos a paliar sus desventuras cotidianas sumándose a las labores domésticas o a las de su empleo.

A primera vista parece que el "Día de la Madre" es ajeno a la historia, y que la continua difusión de una idea -"¡Ella te dedicó la vida, tú conságrale un día!"- no tiene mayor relevancia. No obstante, esta "festividad" ha logrado crear una verdadera estructura mental acerca del significado que la madre tiene en nuestra sociedad, profundamente arraigado a través de los siglos y de los avatares de la historia contemporánea, en la que la figura materna, de una o muchas formas, ha sido símbolo de fertilidad y vida, elemento cohesionador de la familia y de la sociedad, objeto de culto y también de consumo...

En la casa de la diosa sentada en la tortuga
dio a luz la embarazada,
allá en la casa son dados a luz los niños.
Oración a Ayopéchcatl.



Fue en el año de 1922 cuando en la primera plana del diario *Excélsior* apareció una convocatoria para celebrar el "Día de la Madre"; puede parecer extraño que ese texto haya desatado tan excesivas y diversas manifestaciones, pero así fue.

"Adorar" la figura materna, o reconocerla como símbolo de autoridad y unidad social, no es un fenómeno nuevo. Antiguamente imperó un sistema social basado en el matriarcado cuya autoridad principal era la madre y no el padre, como acontece en la actualidad.

En estas sociedades, el linaje -lo que ahora constituye el apellido- estaba determinado por la madre; ella era quien designaba el lugar de residencia de la familia y gobernaba la conducta de la sociedad. Fiel reflejo del estatus que poseía la mujer en estas comunidades es el hecho de que muchas de ellas tenían como deidad suprema a la "Madre de los dioses" o *Mater Deum*, quien era una diosa suprema y eterna cuya influencia se extendió sobre varios pueblos orientales y en gran parte de las culturas griega y romana. Esta deidad le confería fertilidad a los árboles y plantas de los que dependía la vida humana.

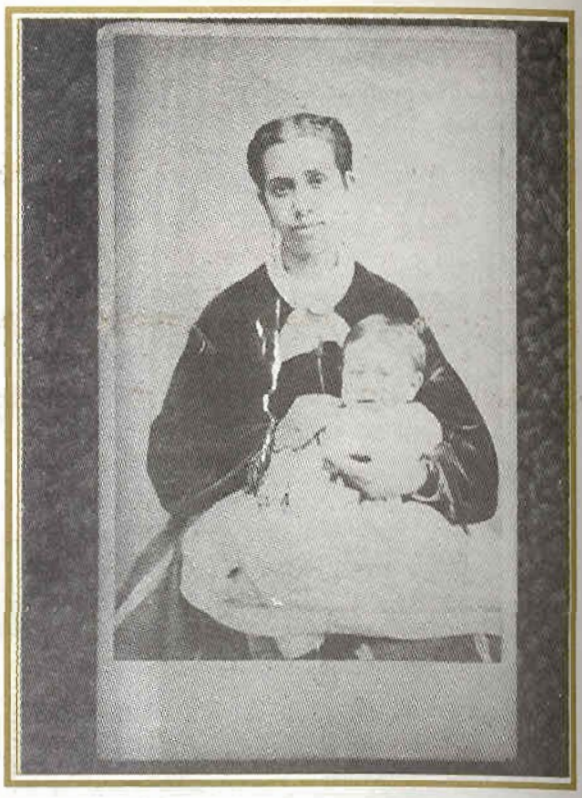
Los griegos, antes de que se erigiera el patriarcado con Zeus, tenían a Eurínome como "Diosa de todas las cosas"; en aquellos años, las mujeres, además del cuidado de los hijos, se encargaban de la siembra y dictaban las leyes.

Algunos historiadores apuntan que debido a la llegada de tribus trashumantes dedicadas al cuidado del ganado, actividad preponderantemente masculina, y a la conquista de los pueblos en los que estaba instaurado el culto a la "diosa madre", se borró todo vestigio del antiguo régimen matriarcal y surgió el patriarcado.

> Pero amo mucho más la voz sencilla
> que el ánimo conforta entristecido
> convenciendo y causando maravilla.
> La voz cariñosa hasta mi oído
> llega al alba a decirme dulce y bajo:
> Hijo mío: ¡Es la hora del trabajo!
> Madre, Edmundo de Amicis.

En lo que respecta a la América precolombina y principalmente a los mexicas, todas las mujeres -ya fueran principales o secundarias- tenían muchos hijos y las familias polígamicas llegaban a ser extremadamente numerosas. El hombre era el jefe indiscutible del núcleo familiar, y generalmente trataba bien a sus mujeres, pero se daba el caso de que hacía sufrir toda suerte de afrentas a algunas de ellas, en particular a la principal.

Durante su vida de esposa y madre, entre los 20 y los 50 años, la mujer indígena -por lo menos en las clases sociales pobres y medias- tenía mucho qué hacer: las



favoritas de los soberanos podían cultivar la poesía, pero las demás no descansaban entre el cuidado de los niños, la cocina, el tejido e innumerables tareas del hogar. En el campo, tomaban parte en las faenas agrícolas y aun en la ciudad tenían que hacerse cargo del gallinero.

Cuando una mujer estaba encinta, la noticia originaba en ambas familias políticas grandes muestras de regocijo y se organizaban fiestas a las cuales se invitaba a los parientes y a los notables del barrio de la ciudad. La mujer que esperaba "dar a luz" quedaba bajo la protección de las diosas de la generación y de la salud: *Teteoinnan*, la madre de los dioses y patrona de las parteras, a quien también se conocía como *Temazcalteci*, la "Abuela del baño de vapor"; y *Ayopechtli* o *Ayopéchcatl*, divinidad femenina menor que presidía los partos.

En las familias de las clases superiores, la madre recibía, desde tiempo antes que naciera el niño, atentos cuidados. Se escogía una partera -que los parientes ancianos debían contratar- para que atendiera a la futura madre.

Al respecto, Mercedes Barquet, investigadora del Programa Interdisciplinario de Estudios de la Mujer, comenta a la **Revista del Consumidor**: "La educación que la mujer recibió de los labios maternos en el seno familiar fue el deber de ser mansa, pacífica, humilde, considerada, dulce y servir a todos".

Más tarde, durante la Colonia, la mayoría de las enseñanzas que recibían las mujeres estaba destinada a convertirlas en personas ejemplares en el manejo de su hogar y en el desempeño de su papel como madres. Uno de los cambios más importantes registrados en este periodo fue la aparición de la familia monogámica, la cual determina una relación más estrecha con la madre.

La psicóloga e investigadora de la Universidad Nacional Autónoma de México, Rosa Korbman, advierte que aquella pudo ser una estructura edípica más rígida. Los padres, y principalmente las madres que se encargaban exclusivamente de la educación y custodia de los hijos, se apasionaban tanto que estaban dispuestos a usar la violencia contra sus hijas.

Durante el porfirismo, a principios de nuestro siglo, la principal preocupación fue poblar las ciudades y aumentar la mano de obra, por lo que se prestó atención especial a la maternidad. Esta actitud pronatalista tenía matices diferentes, según el grupo social al que iba dirigida: si a las mujeres pobres se les acusaba de descuidar a sus hijos por ignorancia, a las de buena posición económica se les reprochaba lo mismo, pero por frivolidad.

Algunos diarios de ese entonces predicaban que la maternidad borraría las tensiones entre las clases. Así, el periódico *El Imparcial* decía: "No es precisamente el dinero lo que remedia la miseria del niño peón en la actualidad, es la ropita y el alimento oportuno y bien condimentado; la cocina de la casa del patrón hace más en favor de esos niños que la farmacia, y los cuidados cariñosos de la señora de la hacienda pueden hacer más que un médico".

El papel de la mujer como madre era el tradicional, como lo revela el editorial de *El Hijo del Trabajo* de 1878: "...desde el momento en que la mujer es madre, aprende por revelación del amor ideas y ciencias que antes ignoraba... La madre sabe por instinto la química de los alimentos más saludables para su hijo, la higiene de los preservativos para conservar la salud, el arte de las canciones que han de halagar su oído, la teología necesaria para abrir en su corazón el amor de Dios".

Felícitas estaba acabada de tanto muchacho que
crió uno tras otro, cinco mujeres y cinco
hombres,
como escopeta de retrocarga. Y yo entiendo que
de eso
tenía agotamiento y por bien que hubiera
comido siempre
eran muchos hijos para tan poca madre. Los
hombres antes
de nacer se alimentan del pulmón de la madre, y
las hembritas
se alimentan del estómago. Los hombres del

A las madres

El aumento posible de la población ha dado lugar a serios temores (según algunas autoridades, completamente infundados) de que si seguimos por este camino vamos derecho al fracaso, o a morirnos de hambre. Conozco, inclusive, a un desalmado que ha llegado a decir en pleno diez de mayo:

-A las madres no hay que premiarlas, hay que prohibirlas.

Pero esto no es más que una broma, dicha con afán de llamar la atención. En el fondo, todos sabemos que las madres constituyen un sector importante de la población al que hay que respetar.

Hay quien afirma que si para conducir un automóvil es necesario tener licencia y para conseguirla hay que pasar un examen, con mayor razón se debería pasar un examen para llegar a un estado tan importante y tan serio como es la maternidad. Yo no comparto esta opinión. Habría que crear una Secretaría de Maternidad, que sería la encargada de formular los exámenes y expedir licencias. Empezaría el papeleo, el trámite llevaría seis meses, y luego vendrían los inspectores, y las mordidas, etcétera. Se prestaría a muchas inmoralidades. En realidad, creo que la solución es mucho más fácil.

Que la mayoría de las madres requiere un adiestramiento especial, que no está a su alcance, de acuerdo. Pero pensemos en esto: no hay madre sin hijos. Entonces ¿por qué no encargarles a estos la educación de aquellas? Creo que es la solución perfecta.

La educación de la madre empieza en la cuna. Cuando abrimos los ojos por primera vez, nos encontramos frente a una mujer que nos mira llena de ternura. Es nuestra madre. Hay que empezar a educarla sin pérdida de tiempo.

En primer lugar, hay que corregirle el lenguaje. Nos va a decir "pechocho" por precioso, "papos" por zapatos, "quedes más", por quieres más, etcétera. Cuando la madre diga "papos", el infante debe contestar, severamente:

-Nada de "papos": zapatos.

Porque en la ignorancia fingida de la madre hay una mala fe notoria.

Nos enseña a hablar como idiotas, y después cree que somos idiotas porque hablamos como ella nos enseñó. Es mala fe notoria, pero inocente. Es parte de lo que se llama instinto maternal.

Este fenómeno abarca no sólo el lenguaje, sino la mayoría de las actividades del bebé. Nos pone una ropa ridícula que nadie en sus cabales se atrevería a escoger, nos da una comida insípida e indigesta, nos atraganta con ella, nos impide el uso de las instalaciones sanitarias, y prefiere pasarse el día cambiándonos pañales y, lo que es peor, después se queja y nos acusa de esclavizarla. ¿Que cómo se puede evitar esto? Con energía, creo yo. Rechazar, de una manera categórica, todo lo que nos parezca que va en mengua de nuestra dignidad; dar órdenes concretas y específicas:

-Quiero desayunar huevos rancheros- por ejemplo, y explicarle cómo se hacen los huevos rancheros, por si ella lo ignora, o por si se le ocurre pretender ignorarlo.

De otra manera, nos quedamos vestidos de azul claro y comiendo papillas hasta los 40 años.

En el fondo del cerebro de cada mujer hay la esperanza de que su hijo llegue a ser un modelo. ¿Un modelo de qué? Nadie sabe. Pero un modelo.

Es responsabilidad única, directa y especial del hijo, quitarle estas ideas de la cabeza a su madre. Para esto, hay que recurrir a la polémica y al convencimiento.

Hay que hacerle ver a la madre que la idea de modelo encierra una contradicción evidente, ser modelo es ser exactamente igual a los demás, sólo que mejor. Es imposible, ¿verdad?

-Cada cual es como puede, mamacita -debe decir el hijo a su madre. Has de comprender que con este cerebro que tú me diste no se puede llegar muy lejos.

Aquí conviene explicarles las teorías genéticas más recientes, que es algo que las madres nunca han llegado a comprender.

Conforme pasa el tiempo, la madre va enseñándole al hijo, o mejor dicho, creyendo enseñarle, una serie de mentiras: que los niños vienen de París, que los juguetes los trajo Santa Claus, que papá se desvive trabajando -aunque sea notario público-, que es bueno tomar leche en grandes cantidades, que es conveniente sentarse en una silla y cerrar la boca mientras los "grandes" platican tonterías, etcétera. Creo que los hijos son culpables de este fenómeno. Por indiferencia, por pereza, se pasan la vida haciéndole creer a la madre que están de acuerdo con ella.

Las preguntas que hace el niño, no las hace por ignorancia, son "toritos" que le echa a la madre para ver qué ridiculez contesta. Por ejemplo, cuando un niño va con su madre por la calle y pasan junto a un teodolito, el niño tiende a decir:

-¿Verdad, mamá, que ése es un telescopio?

La madre, ignorante, como la mayoría de las de su especie, tiende a contestar:

-No seas tonto, niño, es una cámara fotográfica.

El niño se calla. Riendo para sus adentros, por supuesto. La madre se queda convencida de que el niño cree que el aparato que vieron es una cámara fotográfica, que es lo que ella cree.

El silencio del niño es un silencio culpable. Tiene absoluta obligación de explicarle a su madre:

-No, mamacita, te equivocas. No es un telescopio, ni una cámara fotográfica. Es un teodolito.

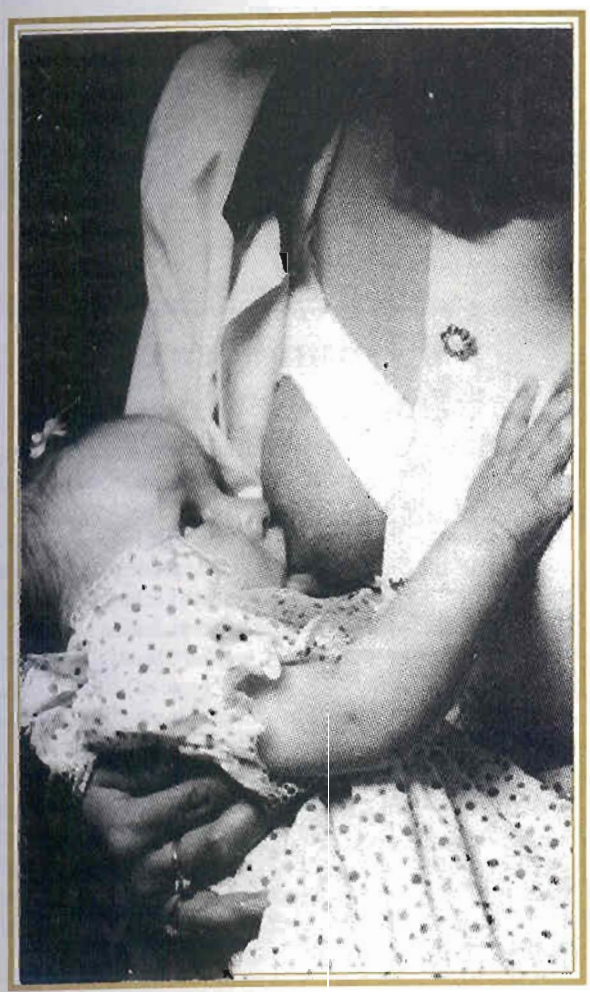
Aquí conviene explicarle para qué sirven los teodolitos.

Fuente: Viajes a la América ignota; Jorge Ibargüengoitia, Edit. Joaquín Mortiz.

pulmón para tener
aire y las mujeres porque van a necesitar mucho
vientre, por
eso comen al estómago.
Hasta no verte, Jesús mío, Elena Poniatowska.

Todos podemos descalificar o ponderar la importancia del "Día de la Madre", pero pocos estamos enterados de cuáles fueron las causas que dieron nacimiento a este día.

Según una investigación de Martha Acevedo, cuyo tema central es el 10 de mayo en México, uno de los motivos fue la apertura económica y social que vivió Yucatán a la llegada del gobernador Felipe Carrillo Puerto en los años veinte, época en la que se orientaba a la población mediante folletos sobre la manera de evitar la procreación, luchar por la "emancipación de la mujer", el establecimiento de comités femeninos, así como la educación e higiene en las prácticas sexuales. Esto desató una reacción inmediata en la sociedad yucateca y en toda la república, por lo que en 1922 el diario *Excélsior* propuso el 10 de mayo como el "día" para festejar a las madres, en contra de aquella otra "campaña suicida y criminal".



De "madres" y otras palabrejas

La palabra "madre" puede tener muchos significados y variaciones: del latín *matre*, que significa hembra que ha parido; hembra respecto de su hijo o hijos; título que se da a las religiones; en los hospitales y casas de recogimiento, mujer a cuyo cargo está el gobierno de todo o en parte; mujer anciana del pueblo; matriz; órgano interior y hueco de las hembras; causa, raíz u origen de donde proviene una cosa; cauce ordinario y constante de los ríos y arroyos, a diferencia del artificial u ocasionado por circunstancias fortuitas, como las avenidas; acequia principal, de donde salen y donde desaguan los hijuelos o acequias menores; etcétera.

Amén de las anteriores acepciones, para los mexicanos la palabra "madre" encierra diversos significados: no es lo mismo una madre pura, que ser pura madre; tampoco es igual olvidar a la madre, a que le recuerden a uno la suya; ni tiene el mismo valor la palabra "madre" al decir que "esto vale madre" o "está a toda madre". ¿Y qué tal las diferencias semánticas entre "desmadre", "madriza" y "romperle la madre" a alguien? En fin, quizá sea como afirma el autor de *El laberinto de la soledad*: "En nuestro lenguaje diario hay un grupo de palabras prohibidas, secretas, sin contenido claro, y a cuya mágica ambigüedad confiamos la expresión de las más brutales o sutiles de nuestras emociones y reacciones... Confusamente reflejan nuestra intimidad y las depresiones de nuestro ánimo las oscurecen... Palabras que no dicen nada y dicen todo. Los adolescentes, cuando quieren presumir de hombres, las pronuncian con voz ronca... Pues estas palabras son definitivas, categóricas, a pesar de su ambigüedad y de la facilidad con que varía su significado. Son las malas palabras, único lenguaje vivo en un mundo de vocablos anémicos. La poesía al alcance de todos".

Y eso que dicen que "madre sólo hay una"...

Además de *Excélsior*, las escuelas, la Iglesia, la Cruz Roja y las Cámaras de Comercio de los Estados Unidos Mexicanos se adhirieron a la celebración. El secretario y el vocal de esta última organización invitaron a todos los hijos a celebrar a las madres a través de un regalo obligado. Hasta una de las grandes divas del *vodeville* de esos años, Celia Montalván, participó en los festejos.

No faltaron los anuncios que sugirieron al público ideas acerca de lo que debía regalar: "Para el Día de las Madres ocurra usted a 'La Flor de México', donde encontrará un bonito regalo para su adorada madre. Primorosas cajas de fantasía. Ricos y suculentos pasteles"; al mismo tiempo se difundía la idea de abnegación como una "cualidad" intrínseca de la madre, tal y como lo demuestra un anuncio publicitario que apareció en los años veinte en el diario *Excélsior*: "El diez de mayo

próximo es día de las madres, homenaje a las mujeres que han cumplido su santa misión, llenas de sacrificios y dolores, con entereza, abnegación y ternura. Exprese usted toda su gratitud en ese día a quien le dio el ser. Fragantes flores y castos besos coronarán hoy las cabezas de las madres mexicanas".

En este sentido, la investigadora Mercedes Barquet señala: "Los miembros de un grupo generalmente aspiran a ser reconocidos por un sector más amplio y a ser identificados con los patrones de conducta y valores que de ellos se esperan; en el caso de la madre mexicana, se espera que sea abnegada.

"Lo de la abnegación también puede ser el uso del poder, que se traduce en chantaje. Es decir, 'yo soy abnegada a cambio de que tu te sientas responsable de mi y, por lo tanto, te necesito para que me cuides'; entonces se establecen relaciones de micropoderes".

En *Excélsior* también aparecieron anuncios publicitarios un tanto chuscos, como: "¡¡¡Utilísimos presentes para las ancianas!!! 50 dentaduras ofrece el Centro Comercial Odontológico. Las dentaduras serán sorteadas entre las personas que se registren. ¡Inscríbase!".

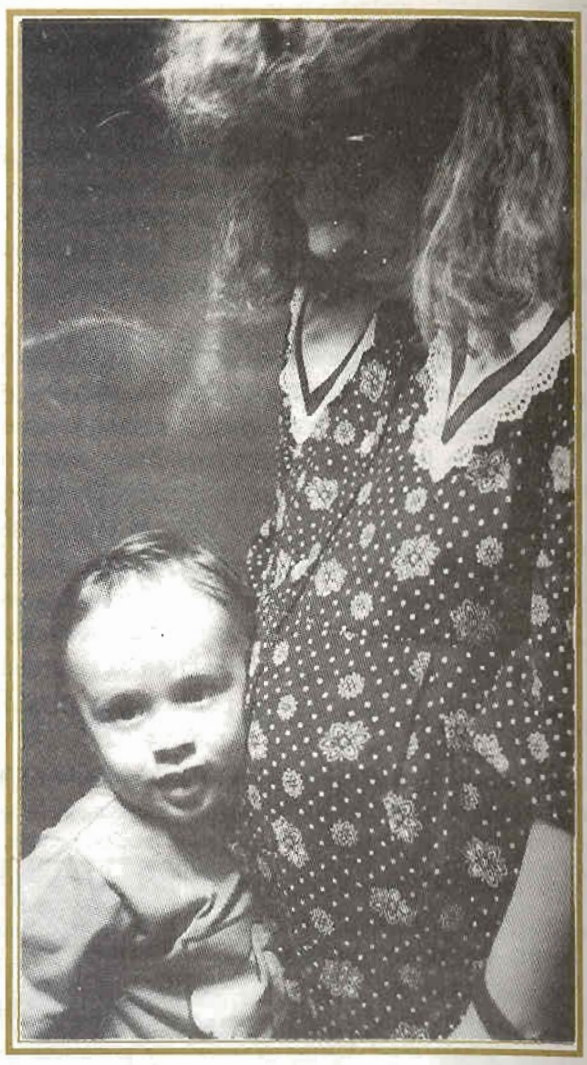
Hay que tomar en consideración que en ese tiempo, la imagen de la madre era la de una mujer desdentada, quizá por la influencia que ejerció Sara García, "la abuelita de México", a través de su película "Cuando los hijos se van".

La psicóloga Rosa Korbman indica que "no existe nada más ilusorio que glorificar la esencia de la madre por su aspecto fisiológico exclusivamente. Y nada más engañoso que sublimar su trabajo doméstico; trabajo impuesto a las mujeres, transformado en un atributo natural de su personalidad; trabajo de 24 horas realizado durante muchísimos años. Las tareas del hogar aparecen así mitificadas, reduciendo la importancia de otros roles, como su realización profesional o simplemente el dedicarse a otras actividades que no sean las domésticas.

"Tan reciente y banal es la celebración del 'Día de la Madre', que no sólo ha marcado la conciencia colectiva de millones de mexicanos, sino que la industria cultural, el radio y el cine, la televisión y los diarios, han machacado con constante uniformidad la imagen de la madre.

"La pasividad de las madres es productiva en términos sociales, es el amortiguador que absorbe los golpes que el trabajador recibe fuera".

Respondiendo al llamado que los medios de comunicación difunden a propósito de esta fecha, los mexicanos van tropezándose entre los puestos y las tiendas para adquirir algo con sus ahorros, quizá acumulados durante 364 días: "No me he ido de borracho para



El mundo en el "Día de la Madre"

¿Sabía usted que México es el único país donde se suspenden labores y casi se paraliza la vida económica de la nación para dedicarle un "día especial" a las madres?

Algunos países del mundo celebran esta fecha el segundo domingo del mes de mayo, o bien, el día primero de mayo. En Alemania se "festeja" el primero de mayo y se hace una comida; en Italia, el segundo domingo de mayo se destina a la madre, organizando un pequeño convivio familiar o bailes alegóricos en las escuelas, y no es tan "sentimental" como en México; España rinde homenaje a las madres el primero de mayo y únicamente se les da un regalo; ocasionalmente se hace un festejo.

Tanto en Perú como en Argentina se acostumbra rendirle homenaje a la madre el segundo domingo de mayo: se hace una comida en la casa de la abuela o un día de campo y, si se quiere o puede, se le da un regalo. En el mismo tenor, en países como China y Marruecos, el "Día de la Madre" no tiene mayor importancia y no es objeto de espectaculares parafernalias, dispendios, o "día de guardar".

comprarle algo a mi viejita, y luego estos precios. No, yo creo que mejor le llevo una rosa y ai' muere...'', murmura un asustado consumidor ante los cristales del aparador de una tienda.

Él, al igual que muchos de nosotros, ha respondido al grito de la publicidad que revela que en el mes de mayo de 1992, el gasto publicitario para promover esta festividad en tiendas de autoservicio, plazas comerciales y tiendas departamentales fue de ¡N$ 16'323,776.00!

Sólo para tener una idea de cuáles productos se anunciaron más, cabe apuntar que el gasto publicitario en aparatos electrodomésticos fue de N$ 175'838,424.00; en tanto que en ropa íntima ascendió a N$ 13'073,553.00. Asimismo, 30 días antes del 10 de mayo se elaboraron 3 millones 371 mil 732 perfumes; el número de vestidos confeccionados en el mismo lapso fue de 68 mil 192; y la venta de radios y aparatos de sonido arrojaron la suma de 78 mil 854.

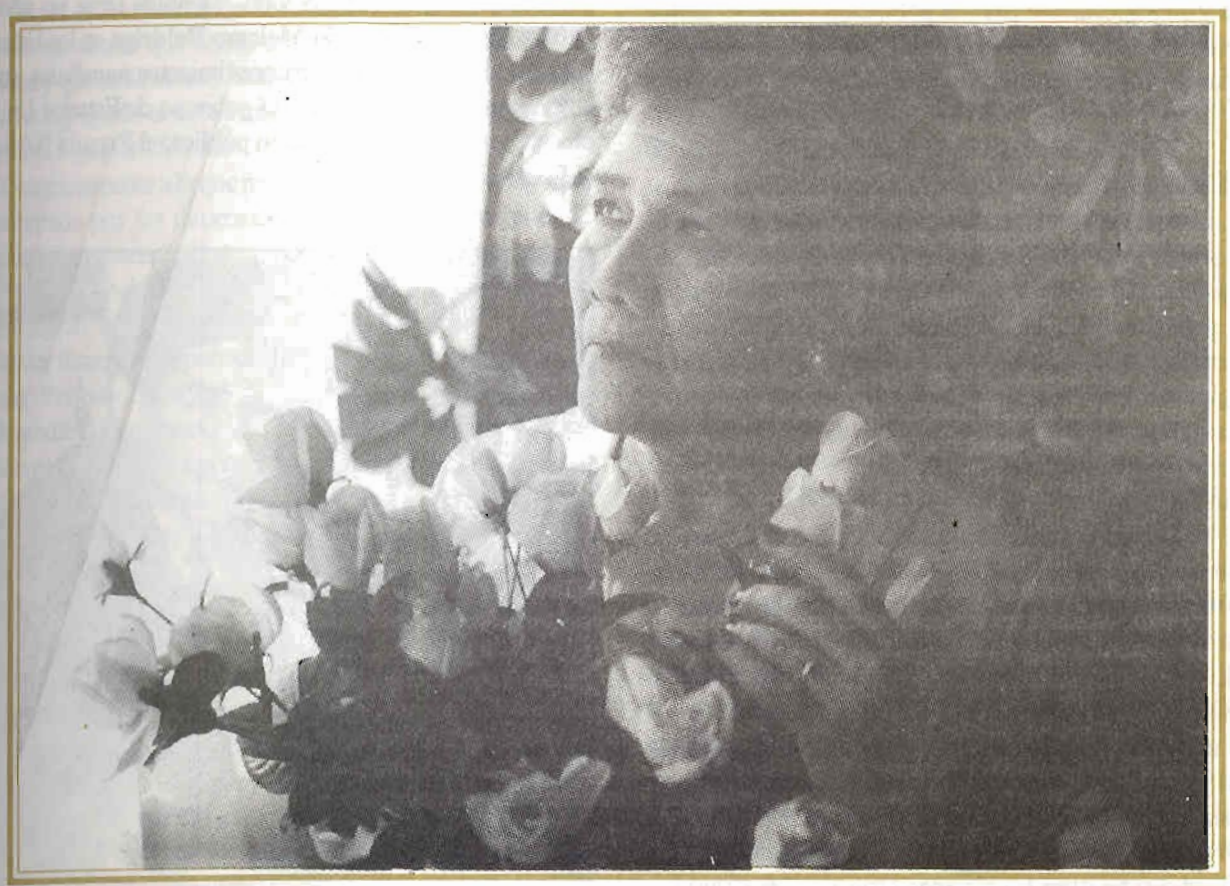
La investigadora Mercedes Barquet opina: ''La publicidad ha contribuido a ensalzar esta idea y a mantener este día en la mente de todos. Existe una correlación muy estrecha entre la publicidad y la actitud de ensalzar a las mujeres, en tanto madres; me parece una posición esencialista: 'Como mujer existes en cuanto eres madre'. Es reducir la misión de las mujeres, cuya identidad depende de procrear.

''Los receptores, generalmente, asumimos el discurso publicitario de una manera acrítica. Me parece tan tonto y tan válido celebrar el 'Día de la Madre', como el 'Día de la Mujer'. No tiene sentido si no reinterpretamos las cosas, especialmente el papel subordinado y no valorado de la mujer ante los demás''.

Así, con todo y por todo, la madre sigue siendo objeto de culto y vejación (¡por mi madre!), admiración y lástima (¡qué poca...!), de gustos y gastos (total, madre sólo hay una...), de historias ejemplares y aberraciones comerciales (¡ese día me vale m...!), de entre las que surgen los nuevos hijos del consumismo (a propósito, ¿usted qué le va a regalar a su madrecita?).

Miguel G. Prieto

Fuentes: -Los mitos griegos; Graves, Robert. Edit. Ariel.
-La vida cotidiana de los aztecas en vísperas de la conquista; Soustelle, Jacques. FCE.
-El laberinto de la soledad; Paz, Octavio. Edit. Fondo de Cultura Económica.
-Dirección de Radio y Televisión, Profeco.
-Hasta no verte, Jesús mío; Poniatowska, Elena. Edit. Era.



Raúl Macías

El Premio Nacional de Calidad y los consumidores

La calidad se fomenta, no se inventa. Por ello, desde 1988 las empresas mexicanas compiten para obtener el **Premio Nacional de Calidad (PNC)** que otorga el gobierno de nuestro país para distinguir a quienes aplican procesos de mejoramiento constante con resultados cuantitativos y cualitativos.

Para conocer mejor el significado del Premio Nacional de Calidad y su importancia para la población y para el sector industrial, la **Revista del Consumidor** entrevistó al ingeniero Raúl Macías García, presidente del PNC.

Un premio: ¿por qué y para qué?

"El Premio Nacional de Calidad ha sido instaurado y seleccionado por el gobierno mexicano para motivar y acelerar un cambio en los niveles de producción de las empresas, que redunde en beneficio de los consumidores; al mismo tiempo, promueve el desarrollo sostenido de la planta industrial y constituye un logro ejemplar por parte de las organizaciones ganadoras.

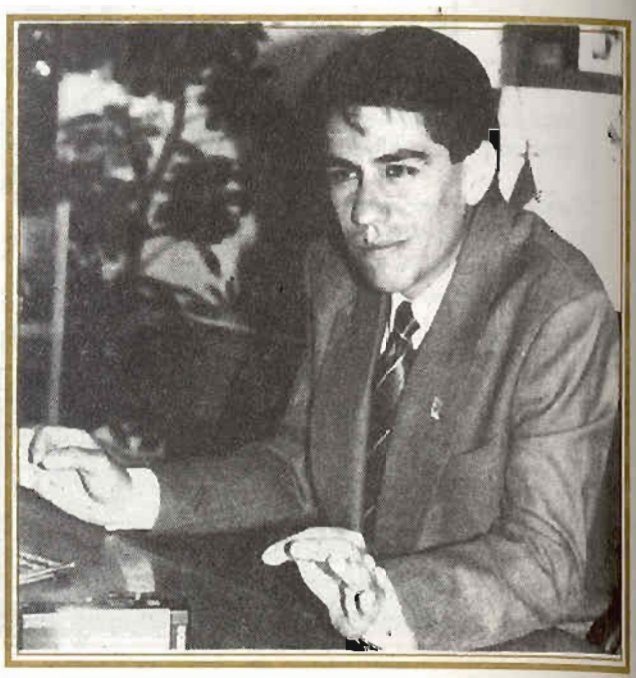
"Asimismo, el PNC es un mecanismo de diagnóstico y de planeación en referencia a las mejores prácticas a nivel mundial en materia de Calidad Total.

"El concepto de calidad que tenemos en México se reafirma cuando la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi) otorga el reconocimiento a los productos y servicios que superan las Normas Oficiales Mexicanas; calidad, en este caso, se refiere a una propiedad de los artículos o servicios".

De acuerdo con nuestro entrevistado, a partir de 1988 los premios y reconocimientos que otorga la Secofi a las empresas se denominan Premio Nacional de Calidad. En ese año se entregaron más de 200 premios a diferentes productos que cumplieron o superaron las Normas Oficiales Mexicanas.

En 1988 también se enriqueció el concepto de "calidad" para que fuese similar al que prevalece en otros países y de esta manera evitar que, con la apertura comercial, los productos mexicanos se vieran afectados y en condiciones desiguales.

"Así, se desarrollaron los conceptos de 'calidad integral' y 'calidad global'. A la vanguardia de este renglón estaban los japoneses con el **Premio Deming** de promoción y sistemas de autoevaluación de calidad total. También tenía un año de haberse creado el **Premio Malcom Baldrige** en los Estados Unidos, al igual que otros reconocimientos mundiales, como el **Premio Presidencial** que el gobierno de Estados Unidos otorga a su mejor organización pública; el **Premio NASA** y el **Premio Xingo**.



Empresas ganadoras del Premio Nacional de Calidad

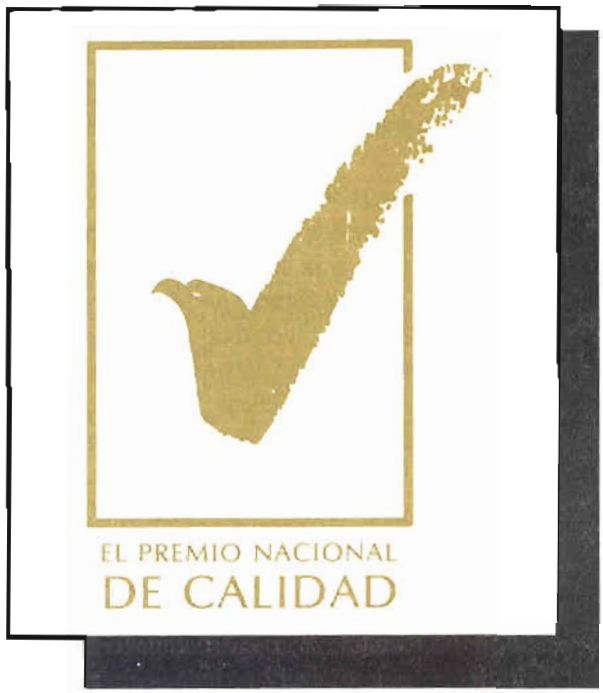
En 1990:
- Alambres Profesionales, Morelia, Michoacán
- Hylsa de Puebla, S.A. de C.V.
- Xerox Mexicana, S.A. de C.V. (Planta Aguascalientes)
- American Express Co.

En 1991:
- General Motors de México, S.A. de C.V. (Planta Motores)
- Celulosa y Derivados, S.A. de C.V. (Planta Crysel)

En 1992:
- IBM de México, S.A. (Planta de Manufactura El Salto)
- General Motors de México, S.A. de C.V. (Complejo Ramos Arizpe, Coahuila)

Menciones Honoríficas del PNC en 1992:
- Fideicomiso de Apoyo en Áreas de Riego y Temporal
- Agua de Mesa Junghanns, S.A. de C.V.

En 1993:
- Pinturas Osel, S.A. de C.V.
- Altec Electrónica, S.A. de C.V.
- Surgikos, S.A. de C.V.



"Toda esta información se retomó y se incorporó en un modelo mexicano que ahora se llama Premio Nacional de Calidad y que se basa en el concepto de la calidad total, al que se le ha agregado el factor de la preservación ecológica", apunta el ingeniero Macías.

Contrariamente a lo que pudiera pensarse, el PNC no está determinado por las dimensiones de una empresa, pues lo pueden obtener compañías grandes o pequeñas:

"El tamaño de la empresa no importa, porque una gran organización no necesariamente es sinónimo de calidad; cualquier firma puede participar, de hecho, los ganadores del último Premio Nacional de Cali fueron **Altex**, de Chihuahua, y **Pinturas Osel**, una empresa mediana ubicada en Monterrey, Nuevo León.

"Cada año participan más de 100 compañías por el PNC y, después de tres etapas, sólo califican de seis a 10".

El proceso de evaluación

La evaluación de las empresas es rigurosa y laboriosa:

En la primera etapa, los participantes entregan datos sobre lo que hacen para mejorar su labor en forma continua; en la segunda fase, cada organización explica detalladamente cómo funcionan sus procesos de mejora.

Posteriormente, un grupo de evaluadores, debidamente seleccionados por el Fideicomiso del Premio, recibe un curso intensivo de capacitación; cuando menos tres de los evaluadores, en forma independiente y confidencial, realizan el análisis de los procesos de calidad total en cada una de las organizaciones aspirantes.

Finalmente, en la tercera etapa se lleva a cabo la selección definitiva de las empresas que recibirán el PNC.

El Comité de Selección está integrado por los siguientes funcionarios y entidades:

- Secretario de Comercio y Fomento Industrial
- Subsecretario de Industria
- Dirección General de Normas
- Dirección General de Desarrollo Tecnológico
- Dirección General de Fomento Industrial
- Procuraduría Federal del Consumidor
- Confederación de Cámaras Industriales
- Cámara Nacional de la Industria de la Transformación
- Confederación Nacional de Cámaras de Comercio
- Fundación Mexicana para la Calidad Total, A.C.

Las organizaciones que resultan ganadoras del PNC aceptan compartir y difundir los aspectos primordiales de sus sistemas, procesos y logros de calidad total -excepto sus secretos industriales-, para que puedan servir de modelo y guía para otras compañías del país.

"La evaluación -apunta nuestro entrevistado- se realiza con base en tres aspectos: enfoque, implantación y resultados; es decir, los conceptos, la metodología y los sistemas empleados por la empresa para alcanzar el camino óptimo y continuo

hacia la calidad total; la implantación o mejora gradual en todas las áreas; y los resultados, que sintetizan todo lo anterior.

"Los ocho pasos que se evalúan son: valor que se da a los clientes; liderazgo; desarrollo del personal con enfoque hacia la calidad total; información y análisis de la empresa; planeación; administración y mejora de procesos; impacto en la sociedad; y resultados".

Beneficios para el consumidor

A propósito de los beneficios directos que puede esperar la población consumidora de la instauración y permanencia del PNC, el titular de este importante premio explica:

"Al consumidor lo beneficia en todo; no hay que perder de vista que quien recibe la calidad del producto es siempre el comprador final. Por ejemplo, el cliente de un productor de bandas para automóvil no será la armadora de autos, sino la persona que compre el vehículo y lo use, y cuando esa banda se descomponga, el consumidor no lo atribuirá al automóvil, sino a la marca de la banda, misma que jamás volverá a comprar.

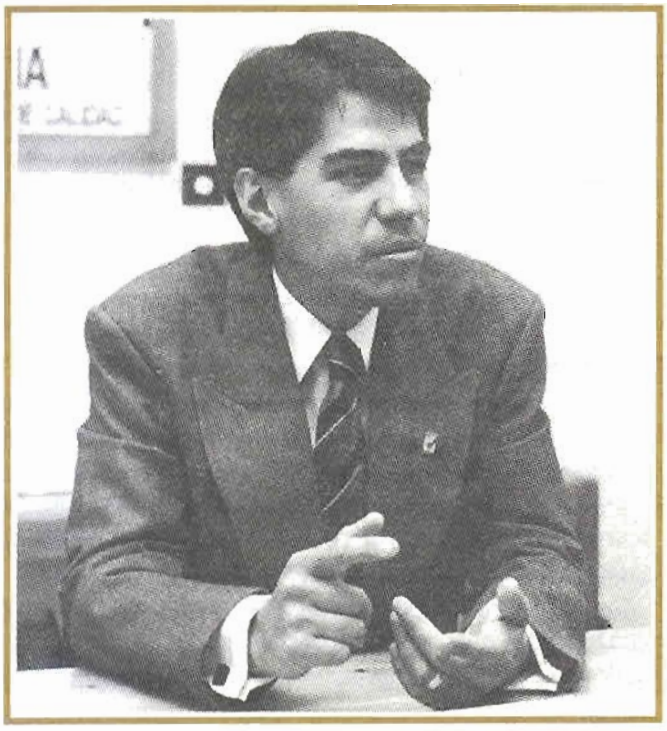
"Cuando una empresa gana el PNC, el cliente tiene la garantía de que está obteniendo calidad porque el proceso de elaboración del producto es bueno en todos los sentidos, es decir, ha cumplido con los ocho puntos que ya señalamos. Esto implica que esa empresa ofrecerá productos en el momento y en la forma en que los demande el cliente y a precios bajos".

Como la convocatoria para alcanzar la calidad es abierta, el PNC acepta a empresas grandes, medianas o pequeñas del ramo industrial, comercial o de servicios, incluso tratándose de firmas trasnacionales.

"Se incluyen a todas las empresas establecidas en México, porque son mexicanos quienes trabajan allí y son ellos los que han logrado la calidad; a manera de ejemplo vale la pena citar que hay dos filiales de la empresa automotriz **General Motors** que han obtenido el premio: la planta de Toluca, estado de México y la de Ramos Arizpe, Coahuila; no se le otorgó ese reconocimiento a **General Motors** como empresa, sino a dos complejos mexicanos que son una pequeña parte de las 18 plantas que la compañía posee en todo el mundo. Tampoco es casual que la planta **Ford** de Monterrey, Nuevo León sea el ejemplo mundial de esa firma.

"Son mexicanos que se esfuerzan a diario por lograr la calidad.

"En este punto es importante mencionar que México tiene una economía 25 veces más pequeña que los Estados Unidos; en el país vecino compiten seis empresas por el premio **Malcom Baldrige**. En México participan 86 en la segunda etapa y muchas más en la primera; esto quiere decir que en México hay 25 veces mejor competencia de calidad y que los mexicanos tienen un gran interés por mejorar la calidad total".



Hacia dónde va la calidad

Actualmente existe una estrecha relación y comunicación a través de reuniones entre el PNC de México y otros comités que otorgan premios de calidad en el mundo: **Deming**, con más de 45 años de existencia, **Malcom Baldrige**, con cinco años, y el **Premio de la Comunidad Económica Europea**. De este último se puede decir que el 90 por ciento de la información que reúne se basa en el Premio Nacional de Calidad de nuestro país, incluyendo el concepto de preservación ecológica.

Al respecto, el ingeniero Macías García advierte: "El año pasado transferimos -mediante convenios entre países- el Premio Nacional de Calidad a Uruguay, es decir, el premio de ese país y el mexicano son exactamente iguales y poseen las mismas directrices de evaluación, y este año recibimos peticiones de otros países para transferir el PNC.

"Hace poco recibimos la visita de japoneses que vienen como observadores de la operación del PNC en México, y también tenemos visitantes de Venezuela, Brasil, Centro y Sudamérica que solicitan información sobre el PNC, porque, por ser latinas, sus economías son más parecidas a la nuestra que a la de Estados Unidos y a su **Premio Malcom Baldrige**".

Finalmente, nuestro entrevistado señala: "La idea es que en 1996 se pueda establecer el **Premio Continental de Calidad** con la participación de representantes de diversos países, y que el PNC de México contenga el 80 por ciento de los conceptos. Nosotros esperamos que el modelo de calidad total en América sea la categoría mexicana".

Marta S. García

Talavera poblana

Consumo que se mete hasta la cocina

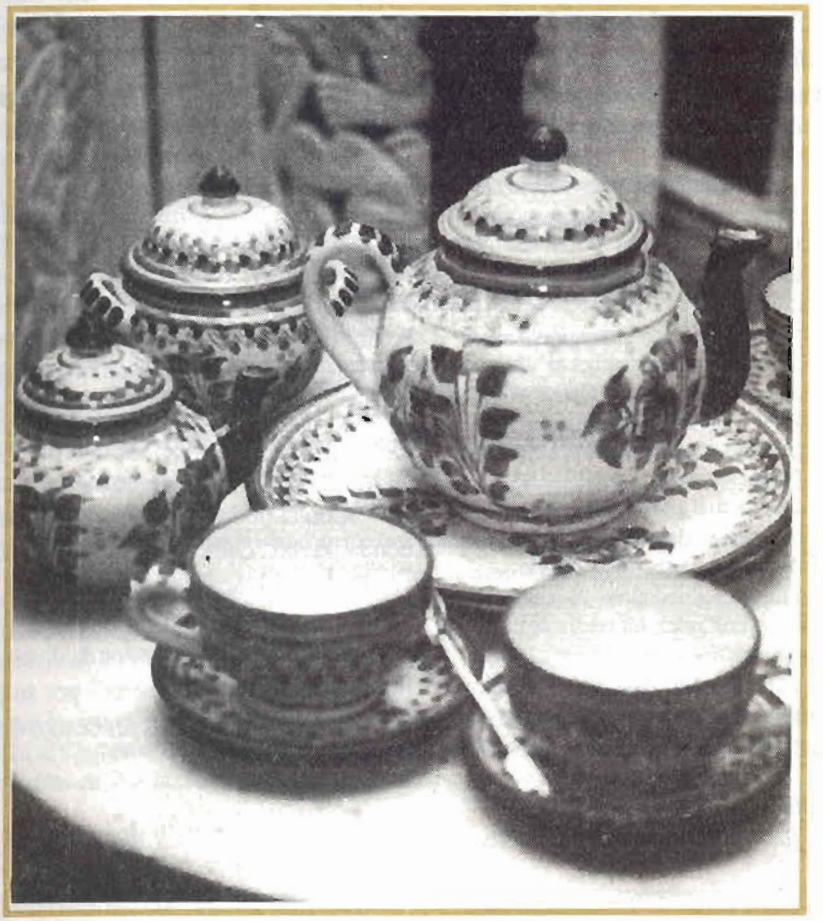
Puebla ha brindado al mundo una gran variedad de productos, desde el traje de china poblana, los muebles de madera tallada, las aguas minerales de Tehuacán, su riquísima gastronomía con platillos como el mole, los chiles en nogada, las chalupas, los camotes, el alfajor y los jamoncillos, hasta las artesanías suntuosas como la cerámica de talavera que le ha dado fama al estado por su calidad y belleza, y que compite con la porcelana china, la cerámica árabe o la mayólica.

Hasta en la cocina

Cerca de 4 mil familias poblanas están dedicadas a la producción artesanal de bordados en camisas de manta, petates de palma, alfarería, tapetes, gabanes y textiles, así como figuras de ónix y mármol. En el rubro de la alfarería, un símbolo poblano es la cerámica de talavera, una de las más cotizadas tanto a nivel nacional como internacional.

La talavera tapiza toda la ciudad de Puebla: aparece en las construcciones cubiertas con azulejo, ese color característico que embelesa a los paseantes cuando admiran las iglesias, los edificios, las fuentes de los parques, las fachadas y los arcos de muchos hogares poblanos, los baños, los balcones, los objetos de adorno como floreros, jarrones, ollas, vajillas o simplemente los letreros de las calles.

De talavera también son las famosas cocinas monjiles donde se inventaron los guisos más suculentos como el clásico mole de guajolote con ajonjolí.



Modelando la historia

La talavera es un trabajo artesanal que los poblanos realizan desde el siglo XVI. La investigadora Patricia Eugenia Acuña, en su libro *Talavera de Puebla*, editado por la Secretaría de Cultura de Puebla, indica que fueron los árabes quienes introdujeron la técnica a España a fines del siglo XIII. Esa loza de barniz estañado llegó a las Islas Baleares de España y de ahí pasó a Italia donde adquirió el nombre de "mayólica" o "majólica", por proceder de la región de Mallorca, para después extenderse por toda Europa.

Entre los años 1550 y 1560, la mayólica fue introducida a América por los frailes dominicos, quienes a mediados del siglo XVI fundaron las primeras fábricas.

De acuerdo con el doctor Jaime Whildrobo, director de la Casa de las Artesanías de Puebla, "no hay consenso sobre quién trajo realmente la talavera a Puebla, pero en lo que sí se coincide es que la técnica procedía de una región española denominada Talavera de la Reina, de donde tomó su nombre.

"Con el tiempo, la talavera poblana se enriqueció con la técnica china y los estilos árabes".

La loza blanca y el azulejo, como se le conocía en aquella época, aún perduran en las construcciones de Puebla reproduciendo estilos de diversas épocas, desde piezas llamadas "chinescas" por su parecido con los diseños chinos, hasta los arabescos de formas simétricas y saturadas.

El costo de la talavera

A diferencia de otras artesanías, esta cerámica es suntuaria: las piezas más baratas cuestan N$ 60.00 (un

Cómo reconocer la talavera tradicional

Al momento de comprar esta artesanía recuerde que, a pesar de ser cerámica, lleva una base de arcilla roja, por lo tanto la parte inferior de las piezas debe tener este color.

La fabricación es a mano, lo cual provoca que las piezas presenten pequeñas imperfecciones, y si las observa con cuidado notará que son distintas entre sí, aun en tamaño y diseño.

La intensidad de los colores es importante el azul de la talavera es característico por su brillantez, en contraste con el azul de la cerámica de Guanajuato que es más "apagado".

Finalmente, el esmalte de fondo de la talavera es de un color llamado "ostión": no es blanco, ni crema, ni gris y ese tono tan especial se lo confiere el proceso de cocción tradicional.

Fuentes: -Casa de la Cultura de Puebla.
-Casa Uriarte, fábrica de talavera en Puebla.

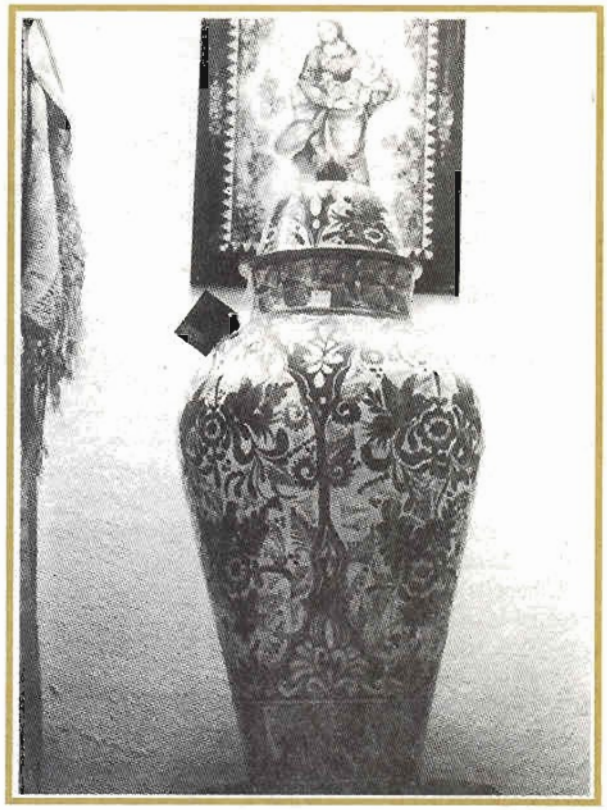
plato, por ejemplo) y las vajillas completas tienen un precio superior a los N$ 7,000.00, debido a la laboriosidad que implica su creación.

La fabricación de una pieza de talavera puede durar varios meses, a través de los cuales se cumplen varias etapas:

Primero se limpia el barro, que es de dos tipos: rojo y negro; generalmente se usa el barro de Tepeaca, Loreto y Valsequillo. Para mezclarlo se coloca en una batea grande, se cubre con agua y se deja pudrir, es decir, decantar durante cuatro u ocho semanas, dependiendo del clima, hasta que se seque.

Posteriormente se extrae y se mezcla con los pies hasta que queda listo para trabajarse; el moldeo se realiza con torno de pie o mediante la técnica de la "tortilla" que consiste en hacer una tortilla de barro y colocarla en un molde redondo para darle forma. Una vez que la pieza se encuentra moldeada, se deja secar en un cuarto oscuro sin ventilación para evitar que se rompa. El proceso dura tres meses hasta que el objeto está seco y listo para trabajarse.

"Con este método se verifica una merma excesiva, debido a que el barro poblano es muy cerrado, lo cual



Puebla y su turismo

Situada entre el Puerto de Veracruz y la capital mexicana, y comunicada con ambas ciudades por dos carreteras, Puebla de Zaragoza (antes Puebla de los Ángeles o la "Angelópolis") permite a los hombres de negocios, profesionistas y visitantes en general, ir y regresar al Distrito Federal el mismo día.

El estado de Puebla tiene una superficie de 33 mil 919 kilómetros cuadrados, lo que representa el 1.7 por ciento de la superficie total de la República Mexicana. Cuenta con 3 mil 43 localidades y políticamente se divide en siete regiones socioeconómicas:

I. Huachinango; II. Texcoco; III. Ciudad Serdán; IV. Cholula; V. Puebla; VI. Matamoros; VII. Tehuacán.

La principal actividad es la agricultura, especialmente los cultivos de maíz, caña de azúcar, frijol, cacahuate, café, cebada y papa.

La ganadería es la segunda rama económica en importancia con abundante ganado bovino, caprino y porcino.

También posee una gran producción maderera y forma parte de los estados sin litoral que desarrollan la acuacultura.

En materia de actividad industrial ocupa el sexto lugar entre las entidades federativas industriales, destacando por el número de establecimientos los rubros de: molinos de nixtamal, materiales de arcilla para la construcción, productos de panadería, estructuras metálicas, calderas y tanques industriales, cemento y yeso, y confección de prendas de vestir.

Asimismo, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial indica que por cantidad de personas empleadas, las principales industrias son la automotriz, la de confección de prendas de vestir, la refresquera, la de productos de panadería y la de materiales de arcilla para la construcción.

En cuanto a riqueza y turismo, en Puebla abundan lugares para pasear, desde ruinas prehispánicas como la Pirámide de Cholula, considerada la más grande de América, hasta aguas termales, balnearios, montañas, los cerros de Loreto y Guadalupe que se convirtieron en fuertes durante la intervención francesa, así como sus ciudades coloniales, entre las que se distingue la capital con sus casas y edificios de cantera, mármol y talavera.

Puebla ofrece servicios como teléfono, telégrafo, fax público, renta de autos, aeropuerto, agencias de viaje y hoteles de todas las categorías.

Cabe resaltar que la ciudad de Puebla cuenta entre sus atractivos con 67 iglesias y una catedral con fachada de mármol blanco. Además, en la región de Cholula se ubica la Iglesia del Rosario, considerada por los poblanos como la "octava maravilla del mundo" por sus altares laminados en hoja dorada y su estilo gótico.

Fuente: Secretaría de Turismo.

En Puebla, la Profeco en cifras

Gracias al Programa de Descentralización Administrativa, la delegación de la Profeco en el estado de Puebla ha intensificado sus labores de atención y defensa de los consumidores de la entidad.

El objetivo es responder a las expectativas y los requerimientos de una población consumidora cada vez más consciente de sus problemas y de sus derechos.

De esta forma, la Profeco en Puebla ha brindado 7 mil 279 asesorías personales durante 1993 y 392 en lo que va de 1994. En cuanto a asesorías telefónicas, la institución proporcionó 7 mil 948 en 1993 y 327 en los dos primeros meses de 1994.

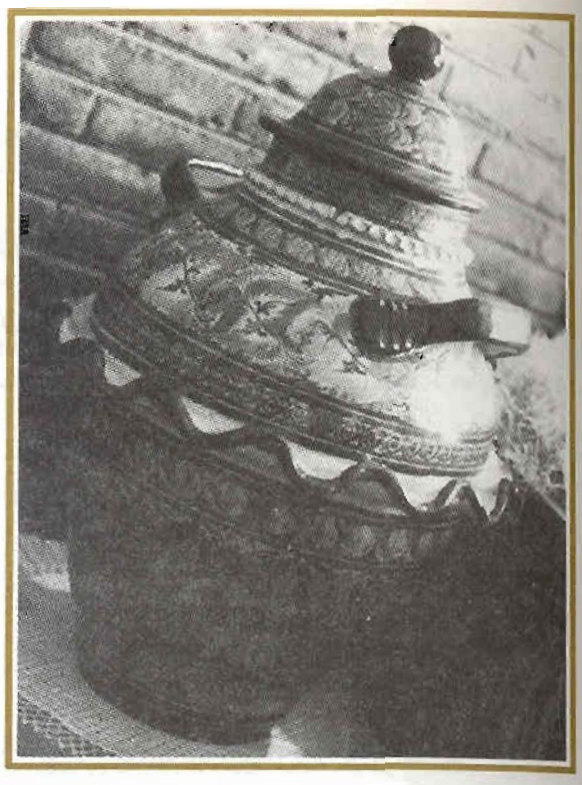
Por otro lado, en el periodo comprendido entre enero de 1993 y febrero de 1994 se han recibido más de 4 mil 300 quejas, sobre todo en contra de la Comisión Federal de Electricidad, Teléfonos de México, mueblerías, venta de aparatos eléctricos, promotoras inmobiliarias, talleres mecánicos, autofinanciamiento, talleres eléctricos y carpinteros.

Las multas impuestas a los malos proveedores ascienden a N$ 1'474,998.60 tan sólo en 1993.

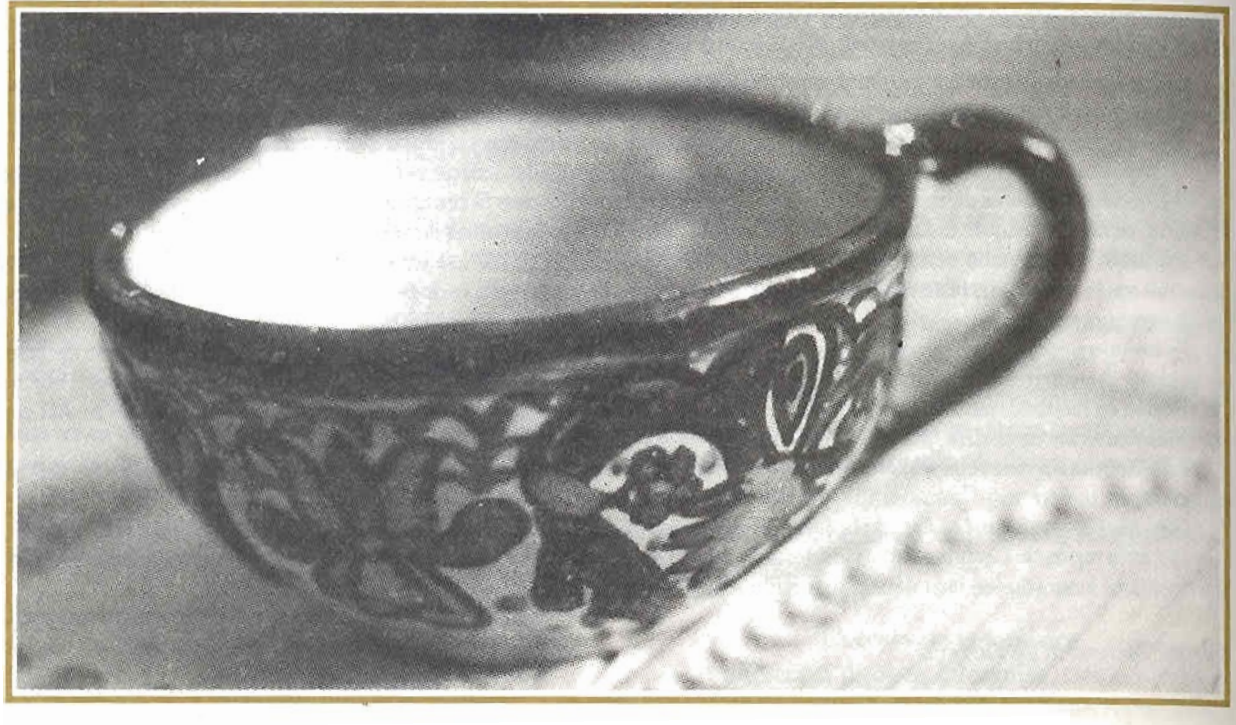
Asimismo, se han realizado (de enero de 1993 a febrero de 1994) más de mil 100 visitas de verificación con igual número de actas levantadas, y se han recuperado N$ 216,356.50 en beneficio de los consumidores.

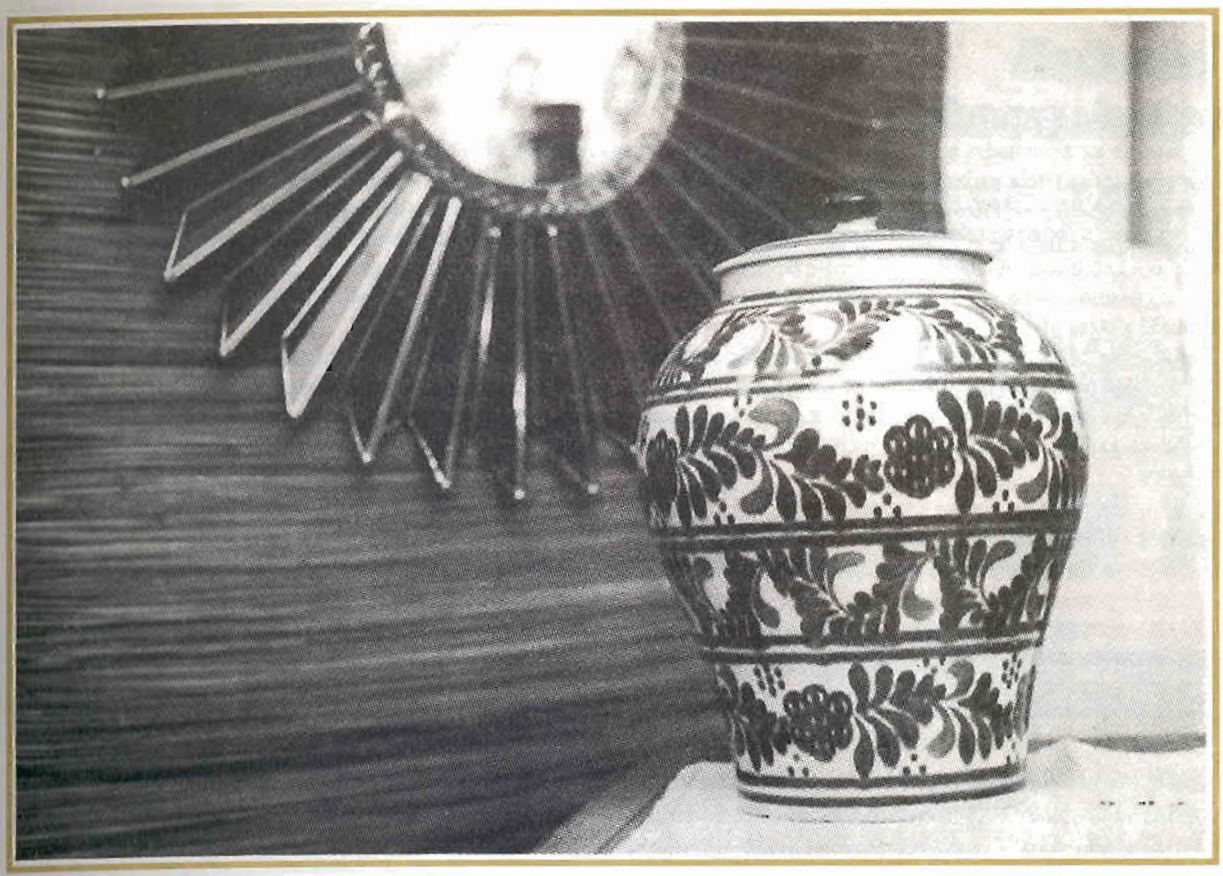
Si usted reside en esa entidad y tiene algún problema relacionado con el consumo no dude en acudir a la calle 19 Sur núm. 506, 1er. piso, Zona Esmeralda, o llamar a los teléfonos 46-13-00 y 46-58-61.

Fuente: Delegación Puebla, Profeco.



provoca que al secarse, la pieza tienda a romperse", asegura a la **Revista del Consumidor** Francisco Hernández Fernández, director de la fábrica de talavera Uriarte, en el estado de Puebla, y agrega: "De 10 piezas fabricadas, un promedio de seis logran pasar a la primera horneada a una temperatura de 650 grados centígrados".





Cuando la pieza de barro está cocida se esmalta y se decora totalmente a mano.

El señor Francisco Hernández explica: "El decorado lo hace una sola persona por lote, ya que el artesano prepara sus propios colores diluidos con sustancias químicas y minerales. Cada dilución es distinta, al igual que las manos que trabajan la pieza, y cualquier modificación en estos factores cambia el dibujo".

Para hacer el decorado, primero se realiza el diseño sobre un papel delgado y luego se perfora el contorno con un alfiler.

Ese dibujo contorneado por pequeños orificios se coloca encima de la pieza y se le pasa por encima una "mona" (calcetín relleno de carbón molido que pasa a través de los orificios del diseño marcando la pieza previamente esmaltada).

Una vez punteada, la pieza se delinea en color negro con un pincel de cola de mula; finalmente se aplican los colores "ciegos", denominados así porque a pesar de ser primarios, con la cocción cambian sus tonos.

Ya decorado, el trabajo se mete al horno a una temperatura de mil 150 grados centígrados hasta que la pieza está cocida (aproximadamente 10 horas), con lo cual se elimina el riesgo del desprendimiento de plomo y, por ende, se evitan daños a la salud.

De las piezas que salen, sólo un 70 por ciento son aprovechables, el 30 por ciento restante se rompen y no se pueden reutilizar ni reciclar.

El auge de la talavera

Aunque la industria de la cerámica es una de las más avanzadas tecnológicamente a nivel mundial, la talavera únicamente se ha desarrollado en un 10 por ciento, pues emplea las mismas herramientas que se utilizaban en el siglo XVI, cuando llegó a América; sólo se han cambiado los hornos de leña y diesel por los de gas.

Contrario a lo que pudiera pensarse, el auge de la artesanía de talavera ha sido notable en los últimos años. El profesor Pedro Ángel Paluo, director general de Extensión de la Secretaría de Cultura de Puebla, explica:

"La talavera estuvo a punto de desaparecer como industria debido a los problemas económicos, la falta de mano de obra y el estancamiento de los artesanos; y en el siglo pasado sólo quedaba una casa fabricante.

"También influyó el que las nuevas generaciones prefieren trabajar en fábricas modernas como la automotriz; sin embargo, ahora se ha revalorizado esta artesanía e incluso se ha logrado exportarla".

Actualmente, el 70 por ciento de lo que se produce es para exportación. Entre los países destinatarios se encuentran los Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, Italia, Alemania, Holanda, Líbano, Israel, Japón, Australia, Francia, e inclusive España.

La gastronomía poblana

Uno de los principales atractivos de la Angelópolis es su gastronomía, bien conocida en todo el mundo. Los chiles en nogada, deliciosos chiles poblanos bañados con crema y espolvoreados con nueces de Castilla y granada roja; el mole poblano que mezcla los aromáticos chiles y las especias con el chocolate y la cebolla; el chileatole, con trozos de elote y ramas de epazote.

También es famosa la carne de cerdo a la poblana, la moronga, las costillas encebolladas, los fiambres, los chicharrones, las carnitas, el chilmole, el mole verde, el mole de chito chicharrón, el mole con pancita, el mole de caderas -muy popular en las fiestas-, el guasmole con carne de chivo, los tamales, las tlalapas, las quesadillas, los totopos, los chilaquiles, las enchiladas de mole, las chalupas y otros platillos de maíz.

De igual forma, la dulcería y los postres son parte fundamental de la cocina poblana. Por mencionar sólo algunos dulces típicos tenemos: los polvorones, los suspiros de monja, los muñecos de almendra, los mamones, las soletas, los borrachos o envinados, los gaznates, las tortas de piñón, los muéganos, las gelatinas, las natillas, los alfajores, las tortitas de cielo, el turrón de cacahuate, los dulces de nuez, las compotas, las mermeladas, los dulces cristalizados, los camotes y, por supuesto, esa excelente bebida llamada rompope.

Fuentes: *-Secretaría de Turismo.*
-Salazar Monrroy, José. La típica cocina poblana, segunda edición, s/editorial.

De los productos exportados, el 60 por ciento son vajillas y el resto se divide en azulejos, piezas de ornato y las llamadas jardineras (macetas, macetones, candelabros, fuentes y juegos de baño, entre otros).

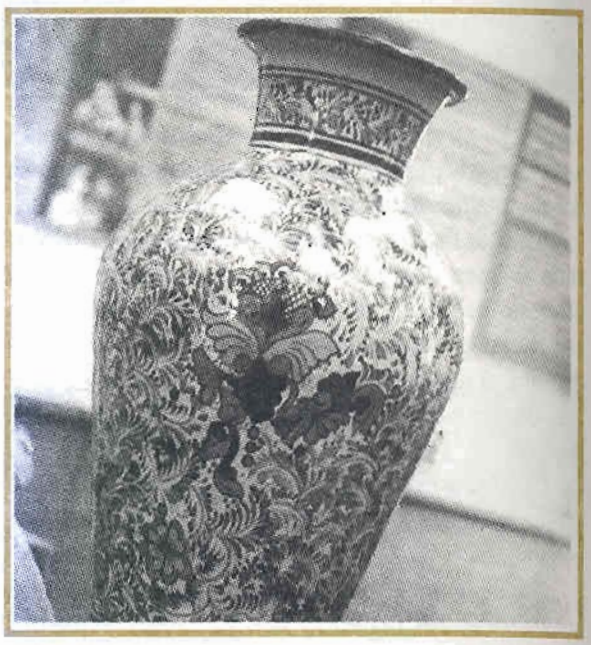
Hoy existen cinco fábricas que trabajan la talavera tradicional (es decir, con el proceso original aprendido desde el siglo XVI), pero han proliferado otras industrias, como la empresa **Barromex**, que trabajan la cerámica con diseños parecidos a la talavera pero con barro molido y colores sintéticos, la cual ha denominado a su producto "talavera moderna".

Es importante mencionar que las opciones estéticas que brinda la talavera tradicional han atraído a pintores como José Luis Cuevas, quien en 1993 fue a Puebla exclusivamente a aprender la técnica y algunos de sus trabajos ya se encuentran en exhibición en su museo de la ciudad de México.

Recientemente, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ha emitido un Certificado de Origen para la Talavera de Puebla, al respecto el profesor Palou explica:

"Con este certificado de origen se protege a los consumidores para evitar que sean defraudados, y a quienes elaboran las artesanías tradicionales de talavera y las exportan a otros países. Por ende, la cerámica de barro, pasta, o cualquier otro material, no podrá ser vendida ni anunciada como si fuera de talavera".

De esta manera, la única talavera reconocida en el mundo es la poblana, esa que adorna calles y edificios, casas y parques, la que está metida hasta la cocina: si la adquiere en Puebla en lugares establecidos y tiene la precaución de no tirarla ni golpearla, la garantía de durabilidad será de 450 años como mínimo, y si no que se lo digan las calles de esta Angelópolis.



Marta S. García

Fuentes: *-Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Delegación Puebla.*
-Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Representación Puebla.
-Casa de la Cultura de Puebla.
-Secretaría de Turismo, Delegación Puebla.
-Secretaría de Cultura de Puebla.

Todo sobre...

Recomendaciones para realizar las compras perfectas

Evidentemente todos, hasta los proveedores de bienes y los prestadores de servicios, somos consumidores, aunque no todos actuamos de la misma manera: hay quienes saben comprar y procuran proteger su presupuesto familiar; y también existen aquellos que realizan compras compulsivas porque son los mejores receptores de la publicidad y guiándose por ella deciden adquirir un producto o servicio.

Aunado a lo anterior, la apertura comercial y la llegada a nuestro país de diferentes artículos han ocasionado el crecimiento del mercado en el cual el consumidor corre el riesgo de perderse, ya que al hacer sus compras se encuentra con una gran cantidad de establecimientos, desde una pequeña tienda hasta un supermercado, y con el dilema de en dónde encontrar mejor precio y calidad.

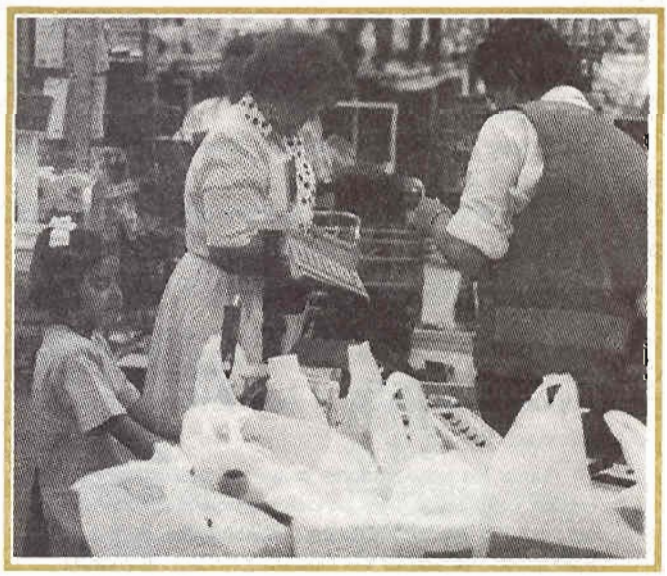
En este sentido, tantas opciones pueden desorientar e inducir a comprar perjudicando el presupuesto familiar. Pero, ¿qué hacer para proteger el ingreso?, ¿cómo saber de qué forma y dónde comprar? Ante tales preguntas le ofrecemos las siguientes recomendaciones para efectuar una buena compra y fomentar hábitos de consumo mediante los cuales protegerá su economía familiar.

Cómo planear sus gastos

- Identifique la cantidad y frecuencia de los ingresos familiares y haga una relación de los gastos fijos y las prioridades.
- Separe y clasifique el dinero de acuerdo con sus gastos.
- Incluya el rubro de ahorro en la clasificación antes mencionada.

Estar informado

- Solicite información a los fabricantes sobre el producto que desea comprar, lo cual le ayudará a tomar una decisión. (Algunos artículos incluyen en la etiqueta los teléfonos para solicitar información).
- Acuda a la oficina de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) más cercana a su hogar, donde le



orientarán sobre el comportamiento de las empresas y le brindarán datos de su interés (consulte directorio anexo).

Ser observador

- Lea cuidadosamente el contenido de las etiquetas.
- Verifique las características de los empaques.
- Compruebe que los productos contengan la información indispensable para el consumidor (marca, razón social, dirección, instructivo y garantía).

Verificar calidad y precio

- Compare precios antes de comprar.
- Identifique la calidad revisando la etiqueta que coloca el fabricante con la información esencial acerca del contenido del producto.

Organizarse

- Consiga mejores opciones de compra mediante la organización de vecinos y familiares. Las compras en común permiten ahorrar tiempo y dinero.
- Organícese para exponer colectivamente los proble-

mas que existan en su comunidad. En ambos casos, la Profeco lo asesora.

Conocer sus derechos y obligaciones como consumidor

- Conozca la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Denuncie cualquier irregularidad y exija el cumplimiento de sus derechos.

Además recuerde:

- Compre bienes que verdaderamente le sean útiles y necesarios.
- Tome en cuenta los gastos extras inherentes a su adquisición.
- Conserve el recibo o nota de remisión.
- No permita que lo presionen al hacer una compra o firmar un contrato.
- Asegúrese de que una oferta o promoción realmente le beneficiará.
- Pregunte si existen refacciones y talleres de reparación para el artículo que piensa comprar.
- Lea cuidadosamente los instructivos o contratos.

Derechos a su favor

Tanto los consumidores como los proveedores de bienes y prestadores de servicios tenemos derechos y obligaciones que se encuentran establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Para su conocimiento, citamos algunos artículos que lo respaldan al adquirir un producto.

Artículo 92, fracción II: "El consumidor tiene derecho a que le reparen o cambien un producto que está en mal estado o es de mala calidad".

Artículo 12: "El consumidor tiene derecho a exigir notas, facturas, recibos o comprobantes de las operaciones comerciales realizadas".

Artículo 60: "Al solicitar una reparación o servicio, el consumidor tiene derecho a exigir que se utilicen partes y refacciones nuevas y apropiadas para el producto de que se trate, pudiendo autorizar expresamente que se utilicen otras". Si están sujetas a la norma de cumplimiento obligatoria (Norma Oficial Mexicana) deberán tener la contraseña NOM.

Artículos 20, 21, 24 y 97: "Cualquier consumidor tiene derecho a denunciar las violaciones a la ley, a través de la presentación de quejas y denuncias en las delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor ubicadas en toda la República Mexicana".

Fuentes: -22 Derechos del Consumidor.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.

Cultura y consumo

El programa realizado por la Dirección de Educación para el Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor define el perfil de un buen consumidor con las siguientes características:

Activo: Deja de ser un espectador pasivo para convertirse en un actor social protagónico en la aplicación y defensa de sus derechos.

Consciente: Asume una actitud reflexiva en cuanto a la adquisición de bienes y servicios y el uso de los recursos naturales.

Crítico. Desarrolla su capacidad analítica para detectar tendencias, prácticas y comportamientos de mercado que contravengan a sus intereses, tanto individuales como colectivos.

Organizado: En la medida en que fomente y posibilite la participación de grupos de consumidores para actuar de manera coordinada, tanto en el ámbito del mercado, como en la preservación del ambiente.

Nacionalista: Que busque dar continuidad a nuestras tradiciones y costumbres en materia de consumo, sin excluir la incorporación de nuevas prácticas que no impliquen la negación de nuestra cultura nacional.

Para hacer valer sus derechos o pedir asesoría, puede acudir a las oficinas centrales o a la delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor más cercana a su domicilio.

¿Cómo elegir dónde comprar?

Usted es el único que puede decidir acudiendo al lugar donde con seguridad le proporcionarán un servicio de acuerdo a sus necesidades e intereses. ¿Y cómo lograrlo? Para una buena compra le sugerimos considerar lo siguiente:

- Precios
- Establecimientos
- Calidad y Durabilidad
- Servicios
- Refacciones
- Instructivos

La Procuraduría Federal del Consumidor le ofrece gratuitamente, en sus delegaciones centrales, metropolitanas y federales, folletos en los cuales puede encontrar interesante información: cómo hacer una buena compra, sus derechos como consumidor, cómo interponer una queja ante la Profeco. Además, ahí mismo puede solicitar **El Periódico del Consumidor** que cada 15 días publica información relevante para los consumidores

Karla Nájera

Fuentes: -Almanaque 1992 de la Procuraduría Federal del Consumidor, Dirección General de Educación para el Consumo, Profeco.
- Ley Federal de Protección al Consumidor.

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

DELEGACIONES METROPOLITANAS Y FEDERALES

AZCAPOTZALCO, D.F.
AV. CUITLÁHUAC Núm. 3315
COL. OBRERO POPULAR, C.P. 28040
TELS.: (91-5) 341-99-87, 341-80-37 Y 396-05-87
FAX: 341-80-03

BENITO JUÁREZ, D.F.
DIVISIÓN DEL NORTE Núm. 1611, 1er. PISO
ESQ. MUNICIPIO LIBRE
COL. SANTA CRUZ ATOYAC, C.P. 03310
TELS.: (91-5) 604-26-47, 604-11-45 Y 604-65-20
FAX: 604-66-91

CUAJIMALPA, D.F.
AV. VERACRUZ Núm. 130
COL. PUEBLO DE CUAJIMALPA, C.P. 05000
TEL.: (91-5) 813-18-66 FAX: 812-37-99

GUSTAVO A. MADERO, D.F.
VICENTE VILLADA ESQ. 5 DE FEBRERO
COL. LA VILLA, C.P. 07050
TELS.: (91-5) 781-00-88 Y 781-39-40
FAX: 577-60-39

IZTAPALAPA, D.F.
CUAUHTÉMOC Núm. 6, 2º PISO
COL. BARRIO SAN PABLO, C.P. 09000
TELS.: (91-5) 686-19-00 Y 685-67-38
FAX: 686-19-03

MAGDALENA CONTRERAS, D.F.
ÁLVARO OBREGÓN S/N
ESQ. FERROCARRIL DE CUERNAVACA
COL. MAGDALENA CONTRERAS, C.P. 10580
TEL.: (91-5) 644-97-91 FAX: 644-93-15

MIGUEL HIDALGO, D.F.
AV. REVOLUCIÓN Núm. 227 ESQ.
JOSÉ MA. VIGIL
COL. ESCANDÓN, C.P. 11800
TEL.: (91-5) 272-50-56 FAX: 272-75-11

NAUCALPAN, MÉXICO
ENRIQUE SADA MUGUERZA Núm. 16, 1er. PISO
COL. CIUDAD SATÉLITE, C.P. 53100
TELS.: (91-5) 393-90-97 Y 393-96-39
FAX: 393-16-59

NEZAHUALCÓYOTL, MÉXICO
FAISAN Núm. 98 ESQ. AV. CHIMALHUACÁN
COL. BENITO JUÁREZ, C.P. 57000
TELS.: (91-5) 792-57-03 Y 792-56-18
FAX: 792-56-68

TLÁHUAC, D.F.
AV. TLAHUAC Núm. 15
COL. BARRIO LOS REYES, C.P. 13080
TEL.: (91-5) 842-16-97 FAX: 842-12-00

TLALNEPANTLA, MÉXICO
MARIANO ESCOBEDO Núm. 96
COL. CENTRO, C.P. 54000
TEL.: (91-5) 390-94-91 Y
390-59-33 EXT. 122 FAX: 390-75-39

VENUSTIANO CARRANZA, D.F.
LÁZARO PÁVIA ESQ. FRAY SERVANDO TERESA
DE MIER
COL. JARDÍN BALBUENA, C.P. 15150
TEL.: (91-5) 764-18-38 FAX: 764-06-57

XOCHIMILCO, D.F.
CALZADA NATIVITAS XOCHIMILCO Núm. 314
COL. BARRIO XALTOCAN, C.P. 16090
TELS.: (91-5) 653-28-31 Y 623-28-19
FAX: 653-29-00

ACAPULCO, GUERRERO
COSTERA MIGUEL ALEMÁN Núm. 304
COL. CENTRO, C.P. 39300
TELS.: (91-748) 358-85, 352-33, 393-58 Y 393-63
FAX: 363-90

AGUASCALIENTES, AGUASCALIENTES
VÁZQUEZ DEL MERCADO Núm. 210
COL. CENTRO, C.P. 20000
TELS.: (91-491) 629-69, 518-71, 18-20-35 Y 509-86
FAX: 652-94

CAMPECHE, CAMPECHE
PALACIO DE GOBIERNO 1er. PISO
AV. 16 DE SEPTIEMBRE
COL. CENTRO, C.P. 24000
TELS.: (91-981) 660-02 Y 106-72
FAX: 647-74

CANCÚN, QUINTANA ROO
AV. COBA Núm. 10, ALTOS, SUPERMANZANA 22
COL. CENTRO, C.P. 77500
TELS.: (91-98) 84-27-01, 84-26-34 Y 87-67-60
FAX: 84-27-44

CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA
IGNACIO MEJÍA Núm. 137
COL. CENTRO, C.P. 32000
TEL.: (91-16) 12-39-70 Y 15-02-01
FAX: 94-40-92

CIUDAD OBREGÓN, SONORA
CALIFORNIA Núm. 440 NTE.
COL. ZONA NORTE QUINTA VÍA, C.P. 85010
TELS.: (91-641) 523-80, 421-33 Y 432-55
FAX: 525-88

CIUDAD VALLES, SAN LUIS POTOSÍ
AV. FRANCISCO I. MADERO Núm. 69
COL. CENTRO, C.P. 78000
TELS. (91-138) 229-90
(91-48) 225-90

CIUDAD VICTORIA, TAMAULIPAS
JUAN B. TIJERINA ESQ. CRUZ BRAVO Núm. 925
COL. CENTRO, C.P. 87000
TEL.: (91-131) 294-71 Y 613-57
FAX: 294-71 Y 613-58

CELAYA, GUANAJUATO
ÁLVARO OBREGÓN Núm. 105 ALTOS
COL. CENTRO, C.P. 38000
TELS. (91-461) 299-81, 276-43 Y 276-84
FAX: 276-53 Y 315-50

CHETUMAL, QUINTANA ROO
AV. NIÑOS HÉROES ESQ. LÁZARO CÁRDENAS
COL. CENTRO, C.P. 77000
TEL. (91-983) 218-58
FAX: 218-19

CHIHUAHUA, CHIHUAHUA
CALLE 2a. Núm. 107 2o. PISO
COL. CENTRO, C.P. 31000
TELS. (91-14) 13-47-70, 13-45-65, 16-31-42
Y 16-31-45
FAX: 13-51-47

CHILPANCINGO, GUERRERO
AV. LÁZARO CÁRDENAS Núm. 63
COL. CENTRO, C.P. 39000
TELS.: (91-747) 254-55
FAX: 245-31

COATZACOALCOS, VERACRUZ
IGNACIO DE LA LLAVE Núm. 403-101 1er. PISO
COL. CENTRO, C.P. 96400
TELS.: (91-921) 235-20, 262-69 Y 262-37
FAX: 296-64

COLIMA, COLIMA
MANUEL ÁLVAREZ Núm. 44
COL. CENTRO, C.P. 28000
TELS.: (91-331) 279-91, 279-92, 453-17,
489-49 Y 459-52
FAX: 279-93

CUERNAVACA, MORELOS
AV. H. COLEGIO MILITAR S/N
EDIF. H. AYUNTAMIENTO MUNICIPAL
COL. BUENAVISTA, C.P. 62130
TELS.: (91-73) 11-52-00, 11-52-01, 11-52-02
11-52-04 Y 11-52-11
FAX: 11-52-03

CULIACÁN, SINALOA
AV. LÁZARO CÁRDENAS Núm. 531 SUR
COL. CENTRO, C.P. 80000
TELS.: (91-67) 13-07-61, 12-58-48
FAX: 12-58-48

DURANGO, DURANGO
PALACIO FEDERAL DE GOBIERNO 1er. PISO
COL. CIUDAD INDUSTRIAL, C.P. 34208
TELS.: (91-181) 40-72, 40-781
Y 400-03
FAX: 411-33

GUADALAJARA, JALISCO
MARSELLA Núm. 49 1er. PISO
ESQ. PEDRO MORENO
COL. SECTOR JUÁREZ, C.P. 44140
TELS.: (91-3) 614-94-16
Y 614-94-01
FAX: 613-96-22 Y 615-78-89

HERMOSILLO, SONORA
MATAMOROS ESQ. VERACRUZ
EDIF. QUIÑONEZ DESP. 104
COL. EX-AEROPUERTO, C.P. 83190
TELS.: (91-62) 14-75-17, 14-73-62, 14-93-93
Y 14-94-37
FAX: 15-10-50 Y 14-11-11

IGUALA, GUERRERO
AV. VICENTE GUERRERO Núm. 81 desp. 9 Y 6
COL. CENTRO, C.P. 40000
TEL.: (91-733) 274-50
FAX: 274-51

LA PAZ, BAJA CALIFORNIA SUR
JALISCO, ESQ. MADERO
COL. PUEBLO NUEVO, C.P. 23060
TEL.: (91-112) 280-77 Y 554-60
FAX: 280-88

LEÓN GUANAJUATO
BOULEVARD MARIANO ESCOBEDO Núm. 4502
COL. SAN ISIDRO, C.P. 37000
TEL.: (91-47) 14-71-96, 13-22-57
Y 13-60-90
FAX: 14-54-12

MATAMOROS, TAMAULIPAS
AV. JUAREZ Y CALLE 1a.
PLAZA LORIGAN L-9
COL. CENTRO
TEL.: (91-891) 633-27

MÉRIDA, YUCATÁN
CALLE 59 Núm. 470
COL. CENTRO, C.P. 97000
TELS.: (91-99) 24-93-38, 23-49-27
Y 200-02
FAX: 24-93-96

MEXICALI, BAJA CALIFORNIA NORTE
PASAJE TAXCO Núm. 1092,
ENTRADA AV. ANÁHUAC
COL. CENTRO CÍVICO, C.P. 21000
TELS.: (91-65) 57-30-84 Y 57-30-85
FAX: 57-18-47

MONTERREY, NUEVO LEÓN
AV. SIMÓN BOLÍVAR Núm. 1420 NTE
COL. MITRAS, CENTRO, C.P. 64460
TELS.: (91-83) 33-12-02, 33-10-22, 33-11-72
Y 47-78-59
FAX: 47-73-20

MORELIA, MICHOACÁN
ISIDRO HUARTE Núm. 692
COL. CUAUHTÉMOC, C.P. 58020
TELS.: (91-43) 12-41-03, 12-40-49
Y 13-40-41
FAX: 12-97-77 Y 13-05-66

NUEVO LAREDO, TAMAULIPAS
AV. VICENTE GUERRERO Núm. 504 ALTOS
COL. CENTRO, C.P. 88000
TELS.: (91-87) 12-06-01 Y 13-62-77
FAX: 13-62-27

OAXACA, OAXACA
DÍAZ QUINTAS Núm. 203
COL. CENTRO, C.P. 68000
TEL.: (91-951) 341-41, 345-55 Y 514-78
FAX: 346-49

PACHUCA, HIDALGO
XICOTÉNCATL Núm. 108
COL. CENTRO, C.P. 42000
TEL.: (91-771) 406-90, 550-76 Y 552-10
FAX: 434-19

PUEBLA, PUEBLA
19 SUR Núm. 506 DESP. 103
COL. LA PAZ, C.P. 72160
TELS.: (91-22) 46-58-61, 46-13-00, 46-15-22,
46-18-11 Y 46-17-60
FAX: 46-96-62

PUERTO VALLARTA, JALISCO
MORELOS Núm. 883
COL. CENTRO, C.P. 48300
TELS.: (91-322) 225-55 Y 225-54
FAX: 225-56

QUERÉTARO, QUERÉTARO
ESEQUIEL MONTES NORTE Núm. 1 1er. PISO
COL. CENTRO, C.P. 76000
TELS.: (91-42) 14-28-23, 14-24-11, 14-43-57
Y 12-33-55
FAX: 14-26-66

REYNOSA, TAMAULIPAS
BOULEVARD MORELOS Núm. 475
COL. CENTRO, C.P. 88500
TEL.: (91-892) 270-04 Y 277-70
FAX: 277-14

SALTILLO, COAHUILA
ISIDRO LÓPEZ ZERTUCHE Núm. 2121
1er. PISO DESP. 1
COL. UNIVERSIDAD, C.P. 25260
TELS.: (91-84) 16-74-24, 15-55-44, 16-73-64,
16-02-62 Y 16-02-23
FAX: 15-95-56 Y 16-56-77

SAN JUAN DEL RÍO, QUERÉTARO
BOULEVARD HIDALGO Núm. 35-2
COL. CENTRO, C.P. 76800
TEL.: (91-467) 216-18
FAX: 228-05

SAN LUIS POTOSÍ, SAN LUIS POTOSÍ
AV. FRANCISCO I. MADERO Núm. 69
COL. CENTRO, C.P. 78000
TELS.: (91-48) 225-90
FAX: 249-83

TAMPICO, TAMAULIPAS
ALAMEDA Núm. 208 NORTE
COL. CENTRO, C.P. 89000
TELS.: (91-12) 12-22-52 Y 12-17-53
FAX: 12-40-00

TEPIC, NAYARIT
AV. MÉXICO Núm. 142 SUR
COL. CENTRO, C.P. 63000
TELS.: (91-321) 365-41, 366-61, 253-75 Y 234-57
FAX: 365-94

TIJUANA, BAJA CALIFORNIA NORTE
CALLE QUINTA Núm. 1818
COL. CENTRO, C.P. 22000
TELS.: (91-66) 85-59-04 Y 85-59-03
FAX: 88-16-16

TLAXCALA, TLAXCALA
XICOTENCATL Núm. 9 INT. 2
COL. CENTRO, C.P. 90000
TEL.: (91-246) 233-13, 220-22
FAX: 213-43

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO
PEDRO ASCENCIO SUR Núm. 102
COL. MERCED, C.P. 50080
TELS.: (91-72) 15-70-70 Y 15-70-71
FAX: 15-70-72

TORREÓN, COAHUILA
AV. MATAMOROS Núm. 1174 PONIENTE
COL. CENTRO, C.P. 27000
TELS.: (91-17) 12-64-06, 12-64-09 Y 16-65-00
FAX: 12-64-07

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS
2 SUR. PONIENTE Núm. 106 5º PISO
COL. CENTRO, C.P. 29000
TELS.: (91-961) 274-01, 274-02, 342-77 Y 347-06
FAX: 292-86

URUAPAN, MICHOACÁN
MORELOS Núm. 13, 3er. PISO
COL. CENTRO, C.P. 60000
TEL.: (91-452) 418-20
FAX: 418-25

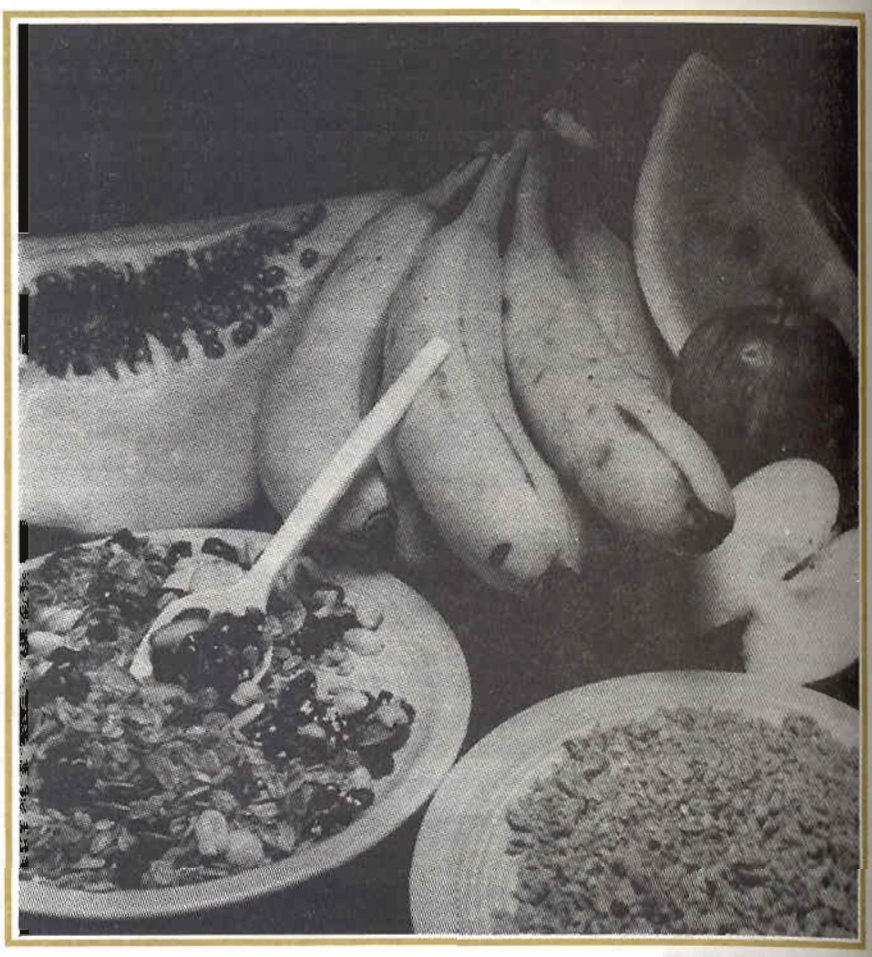
VERACRUZ, VERACRUZ
RAYÓN Y CLAVIJER
EDIF. LOTERÍA NACIONAL
COL. CENTRO, C.P. 91700
TELS.: (91-29) 31-79-13, 31-39-99 Y 32-69-95
FAX: 32-53-36

VILLAHERMOSA, TABASCO
NICOLÁS BRAVO Núm. 103 ESQ. HIDALGO
COL. CENTRO, C.P. 86000
TELS.: (91-93) 12-37-95, 12-38-73 Y 14-31-22
FAX: 12-41-48

XALAPA, VERACRUZ
ZARAGOZA Núm. 9 1er. PISO
COL. CENTRO, C.P. 91000
TELS.: (91-28) 730-30, 737-96 Y 888-00
FAX: 897-33 Y 733-59

ZACATECAS, ZACATECAS
JUAN DE TOLOSA Núm. 906
COL. CENTRO, C.P. 98000
TEL.: (91-492) 206-11 Y 402-30
FAX: 204-60

En la ciudad de México, acuda a Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, o llámenos al 568-87-22, 211-99-66, 761-38-11, o al 91-800-90-313



Estudio

Mitos y realidades de la dieta vegetariana

En años recientes, el vegetarianismo se ha difundido con gran ímpetu y ha adquirido una gran popularidad. Pero, ¿será cierto que la alimentación vegetariana es incompleta, insípida y hasta peligrosa? O quizá bien planeada podría ser una solución a los problemas de escasez de los productos de origen animal e incluso una medida de prevención y control de varias enfermedades degenerativas como la diabetes.

Distinguiendo a las dietas

La palabra "vegetariano" proviene del latín *vegetus* que quiere decir vigoroso; la dieta vegetariana considera que el vigor se logra a través del consumo de vegetales, razón por la cual este tipo de nutrición incluye productos como: leguminosas, tubérculos, cereales, frutas, verduras, oleaginosas y aceites vegetales, principalmente. Aunque existen algunas dietas que incluyen carnes blancas como el pescado, productos lácteos, huevo y mariscos.

Las personas que siguen este régimen alimenticio lo hacen por diversos motivos: uno de ellos es la influencia de religiones orientales como el hinduismo y el budismo, cuya prohibición del consumo de carne está estrechamente relacionada con la reencarnación; otro consiste en cumplir un voto de pobreza y mantener un estilo de vida frugal como es el caso de los monjes trapenses; o bien, por necesidad y por cuestiones de salud.

Existen diversos tipos de regímenes vegetarianos:

Macrobiótico: basado en un sistema de alimentación filosófica que proviene del Japón (Zen) cuya finalidad es lograr "una manera de vivir grande y maravillosa" a base de productos naturales simples, cuidando la combinación entre las energías *ying* (-), por ejemplo las legumbres, ensaladas, fruta y miel; y *yang* (+), cereales y alimentos de origen animal (excepto carnes).

Estricto: no se permite el consumo de ningún producto de origen animal, sólo vegetales.

Parcial: acepta el consumo de carnes blancas incluyendo el pollo y el pescado, productos lácteos, huevo y mariscos.

Lacto ovovegetariano: incluye productos lácteos y huevo y evita cualquier tipo de carne.

Naturista: no se consumen los alimentos procesados, sólo los no contaminados, en su forma natural y crudos.

Pero, ¿cuál sería el más recomendable?

La clave para mantener la salud

El cuerpo humano requiere de calorías, aminoácidos, ciertos ácidos grasos, vitaminas, minerales y agua suficiente para tener un buen desarrollo y mantener y reparar los tejidos. Estos nutrimentos necesarios para el hombre están ampliamente distribuidos en la naturaleza y pueden obtenerse a partir de muchas y variadas combinaciones de alimentos, por lo que es importante tener en cuenta que la nutrición diaria debe ser:

a) Suficiente en cuanto a la cantidad de calorías para cubrir las necesidades de energía.

b) Adecuada en función de la edad, sexo, peso, talla, actividad física y periodos de crecimiento del individuo.

c) Equilibrada en lo que se refiere a la proporción de nutrimentos.

d) Variada, es decir, que contenga alimentos de los tres grupos: los que aportan energía como los cereales, proteínas como las leguminosas, y vitaminas y minerales como las frutas y todo tipo de verduras, procurando incluir siempre un alimento de cada grupo en las tres comidas.

e) Higiénica, tanto en su preparación como en su conservación y consumo.

f) Económica, aprovechando los alimentos de temporada y más baratos.

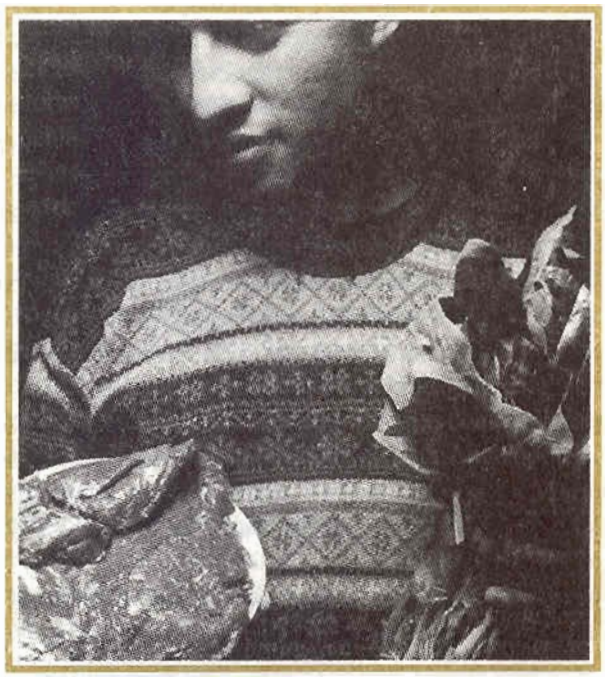
La moderación y el adecuado balance en el consumo de cada producto será la clave de una buena alimentación; sin embargo, si se excluye algún alimento de la dieta diaria, por los motivos que sean, se debe tener cuidado de que los requerimientos se cubran a partir de la combinación de otros; por ejemplo, si se suprime la carne, se pueden sustituir las proteínas combinando leguminosas con cereales.

Lista de combinaciones prácticas para complementar proteínas

1. Combinar las leguminosas y los cereales en cantidades adecuadas, por ejemplo:
   - pan integral con frijoles o lentejas
   - tortillas con frijoles
   - arroz integral con soya

2. Combinar las leguminosas y los cereales con productos lácteos:
   - tortillas con frijoles y queso fresco
   - arroz integral con queso blanco

3. Otras combinaciones:
   - pan integral con lentejas y calabazas de Castilla
   - papas con huevo
   - verduras de hoja verde con huevo
   - queso de soya con nueces o almendras
   - yogurt con germen de trigo y nueces
   - vegetales con queso gratinado



Tenga presente que ningún alimento es mágico ni contiene todos los nutrimentos necesarios para nuestro organismo; la combinación y variedad de alimentos es lo que nos proporciona una dieta suficiente, adecuada a nuestras actividades y equilibrada; por otro lado, el exceso de comida no es recomendable porque altera el buen funcionamiento del organismo.

Ventajas y desventajas

Seguir una dieta vegetariana puede brindarnos ciertos beneficios, como la regulación en el consumo de energía, disminuyendo con ello la probabilidad de presentar sobrepeso y sus consecuencias como la hipertensión arterial y las enfermedades cardiovasculares. Es muy útil en el tratamiento de las personas diabéticas por ser una nutrición rica en hidratos de carbono complejos, que son de fácil absorción y tienen un alto contenido de fibra. Además ayuda en el control y la prevención del estreñimiento y ciertos tipos de cáncer digestivo.

Asimismo, previene algunos trastornos cardiovasculares y la aparición de enfermedades relacionadas con el ácido úrico como la gota y la artritis, porque se consumen menos cantidades de lípidos de origen animal.

Este tipo de alimentación es abundante y rápidamente provoca saciedad, por lo que es aconsejable para las personas adultas con problemas de sobrepeso, sin embargo los niños, las mujeres embarazadas y los adolescentes deben evitarlas por encontrarse en un proceso de desarrollo que requiere de todos los nutrimentos, y el hecho de apegarse a una dieta vegetariana obstaculizaría su crecimiento y provocaría desnutrición. Por otro lado, el exceso de fibra puede interferir en la disponibilidad biológica de ciertos nutrimentos inorgánicos como el hierro, cobre y zinc.

La deficiencia de la vitamina B12 (que se encuentra en vísceras, hígado de res y carnes magras), que ayuda al correcto funcionamiento del sistema nervioso y el crecimiento cerebral, puede causar anemia perniciosa.

La más recomendable

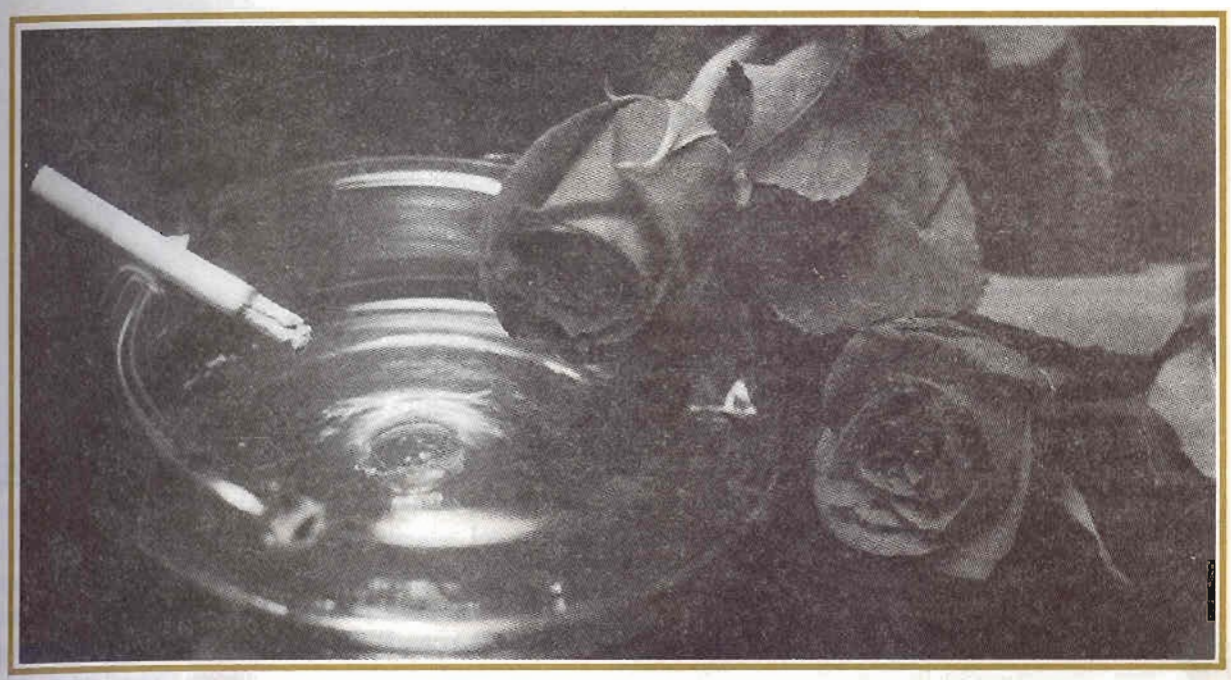
Por ello, una dieta vegetariana puede ser perfectamente segura si se adopta bajo control médico (nutriólogo) y de manera que se cubran perfectamente los requerimientos nutricionales de cada persona. Si usted desea iniciarse en este tipo de dietas, la más recomendable sería la denominada **lacto ovovegetariana**, pues se considera apropiada para toda la familia al no subestimar las proteínas porque incluye, además de los vegetales, productos lácteos y huevo.

Cuide su alimentación, ella se refleja en su salud y aspecto físico, pues como dicen por ahí: somos lo que comemos.

Fuente: Departamento de Nutrición, Coordinación General de Investigaciones, Profeco.

Día Mundial sin Tabaco

El tabaquismo, riesgo total



Hoy día, las muertes provocadas por el tabaco han alcanzado proporciones epidémicas. A nivel mundial se estima que el hábito de fumar es la causa de por lo menos 3 millones de decesos al año.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que de continuar esta tendencia, en los próximos 20 ó 30 años esa cifra aumentará a 7 millones.

Con el propósito de crear conciencia entre la población mundial respecto a este fenómeno, la OMS instauró en 1987 el **Día Mundial sin Tabaco** para sumar esfuerzos en favor de la salud.

¿Cómo nace el Día Mundial sin Tabaco?

Esta fecha se celebra cada 31 de mayo y su principal objetivo consiste en convencer a los fumadores para que abandonen el tabaco, y concientizar a los gobiernos, comunidades, grupos e individuos acerca de las consecuencias que acarrea el tabaquismo, tanto a la salud como a la economía, todo ello a fin de adoptar las medidas necesarias para erradicarlo.

El hábito de fumar empezó a reconocerse como un problema de salud pública en los países desarrollados a partir de la década de los cuarenta. La Segunda Guerra Mundial, el ingreso de las mujeres al ámbito laboral, el desarrollo de los medios de comunicación masiva y la conformación de grandes consorcios internacionales, entre ellos el del tabaco, desencadenaron su consumo generalizado, por lo que el hábito de fumar pronto se extendió a todos los países del mundo. Diversas investigaciones en torno a los efectos nocivos del tabaco sobre la salud evidenciaron que el 80 por ciento de los casos de cáncer de pulmón tenían estrecha relación con su consumo; además se descubrió que el espeso humo del tabaco contenía cerca de 3 mil sustancias nocivas, como la nicotina, el alquitrán y el monóxido de carbono, los cuales provocan enfermedades cardiovasculares, enfisema pulmonar, bronquitis crónica, úlceras, gastritis

crónica y ciertos tipos de cáncer en el aparato digestivo, así como el riesgo de aborto y parto prematuro en mujeres embarazadas.

Los fallecimientos, el ausentismo laboral por enfermedad, los costos sociales y económicos, y la clasificación del tabaquismo como un problema epidémico que comienza a manifestarse desde edades tempranas en la mayoría de los grupos sociales, fueron una señal de alerta en todos los países.

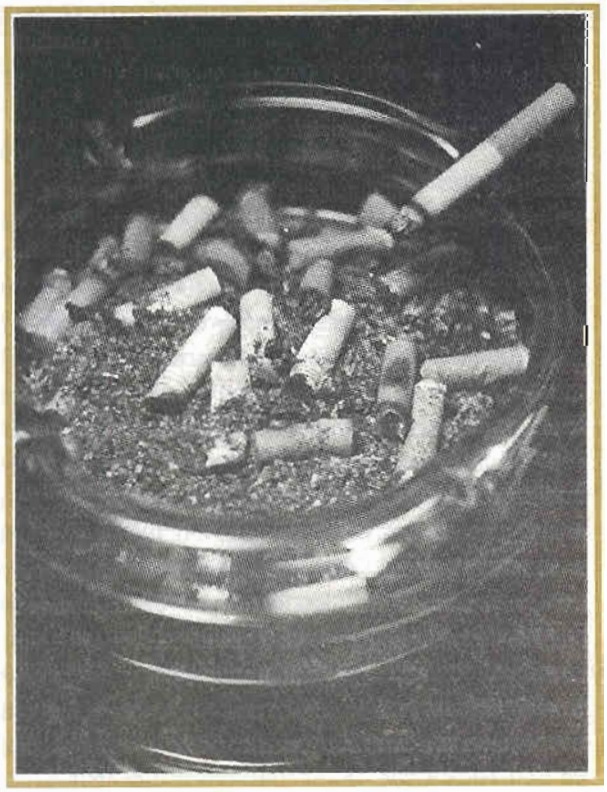
El Día Mundial sin Tabaco no pretende ser una celebración que solamente dure 24 horas, sino los 365 días del año.

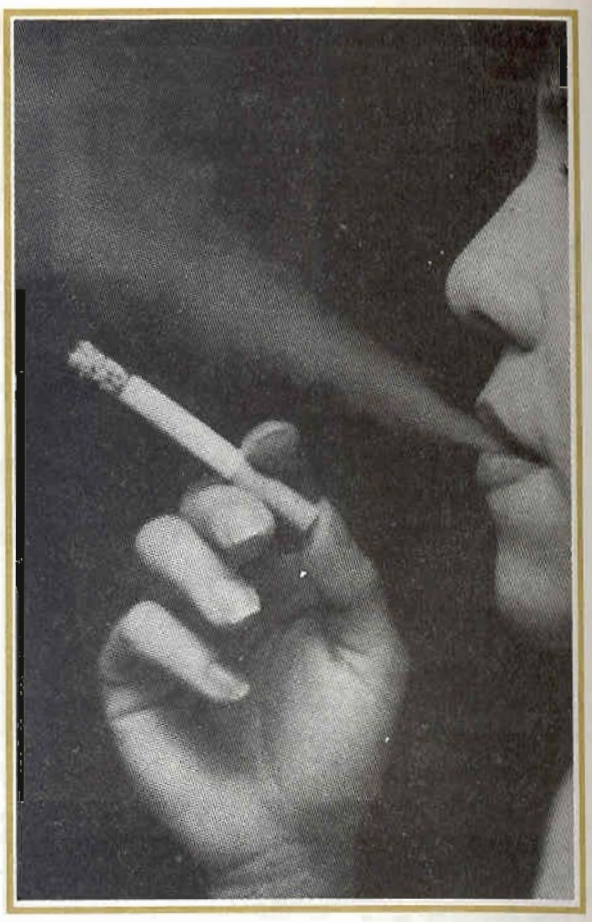
En nuestro país, las acciones relacionadas con esta fecha se han orientado a difundir información en carteles, folletos, anuncios en radio, así como pláticas y conferencias.

Este año se adoptará el lema propuesto por la OMS, en torno al cual se desarrollarán todas las actividades: "Los medios informativos contra el uso del tabaco".

Reconocido como un problema de salud pública

Desde 1970, la Dirección General de Epidemiología y el Instituto Mexicano de Psiquiatría de la Secretaría de Salud reconocieron al tabaquismo en México como una de las prácticas de mayor poder adictivo, la cual pronto se tradujo en una serie de padecimientos que en ese entonces ya se incluían entre las 20 primeras causas de mortalidad, y actualmente se encuentran entre las 10 más frecuentes.





Bajo este esquema, en julio de 1986 se creó por decreto el Consejo Nacional Contra las Adicciones (Conadic) con la finalidad de promover y apoyar las acciones de los sectores público, social y privado tendientes a la prevención y el combate de los problemas de salud pública causados por las adicciones, entre las que se encuentra el tabaquismo.

En ese mismo año se elaboró el Programa Nacional Contra el Tabaquismo, orientado al análisis de la educación, legislación e investigación de este asunto.

Es por ello que hoy se promueve un mayor número de investigaciones a nivel local y hospitalario para actuar en favor de la salud del fumador y conocer con precisión sus problemas económicos, sociales y físicos. En 1983, el doctor Federico Puente Silva, fundador del Comité Mexicano para el Estudio y Control del Tabaquismo (Comecta) detectó por medio de una encuesta realizada a 495 médicos en siete centros hospitalarios de tercer nivel, que el 75 por ciento de esa población había fumado por lo menos una vez en su vida. De esa cantidad, el 44 por ciento todavía fumaba, el 11 por ciento consumía 15 cigarrillos o más al día, y el 32 por ciento tenía 10 años o más de ser fumador.

Desde entonces se han llevado a cabo otras encuestas entre diferentes grupos del país: en 1988 se aplicó

una a 9 mil 967 estudiantes de secundaria en la que se concluyó que el 42.2 por ciento había probado los cigarrillos por lo menos una vez y el 6 por ciento lo hacía a diario.

En ese mismo año se entrevistó a 88 mil 735 estudiantes de primer año de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y se pudo observar que el 9.3 por ciento había fumado diariamente durante los últimos 12 meses.

A pesar de que las encuestas de este tipo se aplicaron a poblaciones definidas, y por lo tanto con objetivos limitados, sirvieron como base para la realización de estudios a nivel nacional y han permitido conocer en detalle la situación epidemiológica del tabaquismo en nuestro país, por ejemplo, la Encuesta Nacional de Salud (ENSA) y la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) efectuadas en 1968 y 1988 por la Dirección General de Epidemiología y el Instituto Mexicano de Psiquiatría, y la Encuesta de Hábitos de Consumo de Tabaco en la República Mexicana, realizada por el Instituto Nacional del Consumidor, aportaron información global sobre la prevalencia del consumo de cigarrillos entre la población.

La ENSA estimó una prevalencia del 17.5 por ciento de fumadores en la población de 12 y más años de edad. La proporción de quienes fuman de uno a 10 cigarrillos por día fue del 68 por ciento; los que consumen de 11 a 20 diarios fueron el 13 por ciento, los que fuman más de 20 cigarrillos (llamados "dependientes del tabaco") fueron el 2.8 por ciento y el resto (6.5%) no se especificó.

Por su parte la ENA, que se orientó conceptual y metodológicamente al estudio del tabaquismo entre la población urbana de 12 a 65 años, tomó una muestra de 12 mil 581 personas de las cuales el 26 por ciento eran adictos (71 por ciento eran hombres y 29 por ciento mujeres).

Graves daños

Los daños a la salud en México relacionados con el tabaquismo son considerables; la Dirección General de Epidemiología de la Secretaría de Salud realizó un estudio para calcular la mortalidad atribuible al hábito de fumar. Para tal efecto se seleccionaron 20 enfermedades ligadas al elevado consumo de tabaco; entre los resultados destacó que ya desde 1986 fueron 17 mil 405 los casos de muertes relacionadas con este hábito en una población de 20 a 74 años de edad.

Las principales causas de fallecimiento asociadas a esta adicción fueron: en primer lugar los padecimientos cardiovasculares (33%) y en segundo los males del aparato respiratorio (32%). La enfermedad endémica del corazón y el cáncer de tráquea, bronquios y pulmón alcanzaron el 15 y el 12 por ciento, respectivamente; el 8 por ciento restante no se especificó.

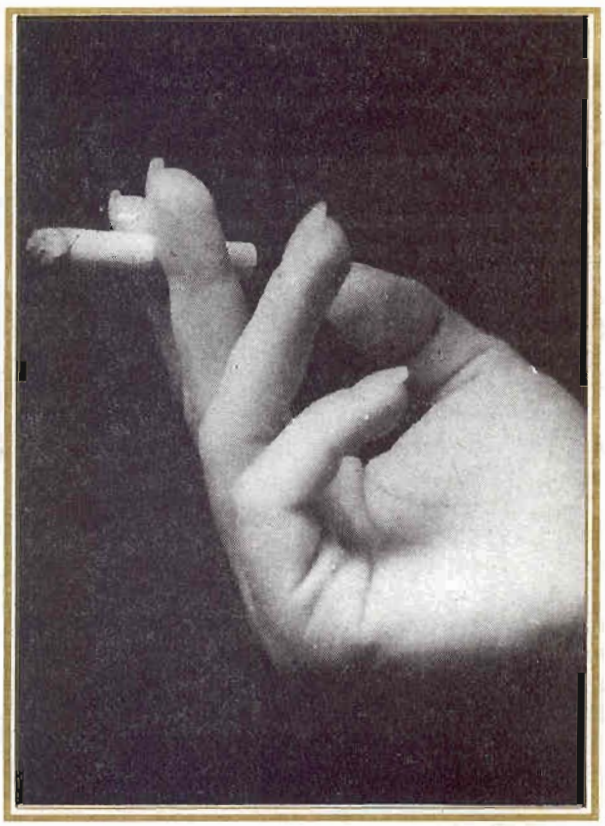
Con esta información se efectuó un cálculo del indicador de Años de Vida Potencialmente Perdidos (AVPP), considerado como un medidor de salud negativa, cuya utilización se ha extendido debido a que destaca las causas que ocasionan la muerte en diversas edades. En el caso del tabaquismo se pudo constatar que dos de cada cinco fumadores mueren antes de los 65 años de edad, considerando que un fumador acorta su vida cinco minutos y medio por cada cigarrillo que consume.

Y usted, ¿qué tipo de fumador es?

Ante tales circunstancias se estima que los fumadores tienen una reducción en su esperanza de vida de cinco a ocho años en promedio; por ejemplo, una persona de 30 a 35 años de edad que consume dos cajetillas diarias tiene una reducción de ocho a nueve años de vida, en comparación con los no fumadores de la misma edad.

Pero, ¿cómo se inicia un fumador y por qué es tan difícil dejar este hábito?

El doctor Rodrigo Quezada, director de la Clínica del Tabaco Tlalpan (privada) comenta a la **Revista del Consumidor** que "los motivos por los cuales una persona comienza a fumar son casi los mismos en todos los casos: primero por imitación, porque ve a sus padres



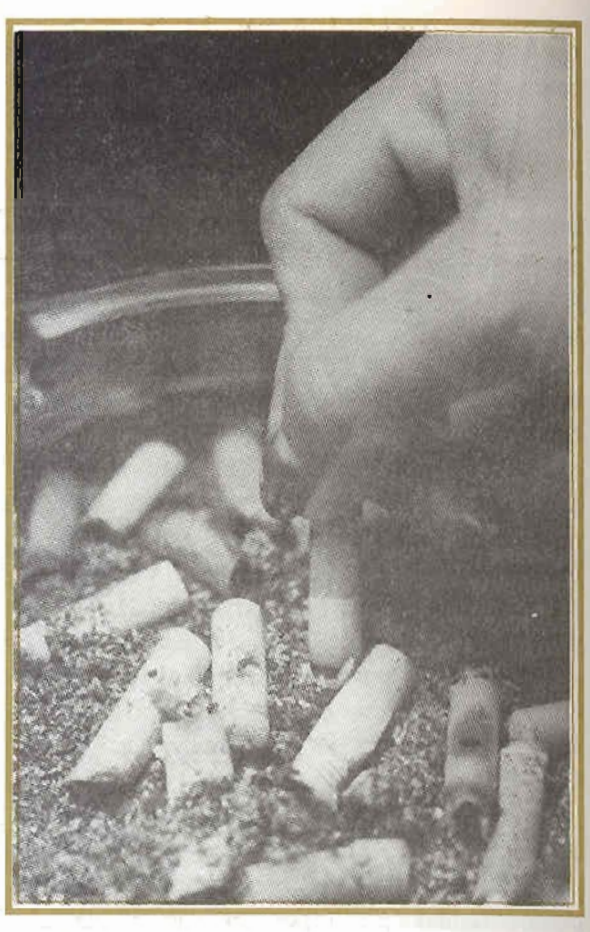
y a otras personas mayores hacerlo; esta experiencia 'casual' los lleva a la adquisición de un hábito que va a persistir, en la mayoria de los casos, toda la vida.

"Otras causas son la curiosidad -continúa el doctor Quezada-, por saber 'qué se siente'; buscar la aceptación en un grupo social determinado; anticipación a la edad adulta; por rebeldía y disponibilidad, la cual se ve favorecida cuando en el hogar, el trabajo o la escuela hay personas que fuman. Es entonces cuando las personas entran en un círculo del que después es difícil salir".

Lo que hace difícil abandonar el hábito de fumar es la nicotina, uno de los principales compuestos del tabaco que causa adicción; esta sustancia, además de ser la responsable de la dependencia física, provoca alteraciones en los diversos sistemas del organismo que causan el síndrome de abstinencia.

Son múltiples los motivos por los cuales las personas siguen fumando, y uno de los grandes investigadores sobre el tema, el doctor Russel, propone una de las clasificaciones más completas al respecto:

-Tabaquismo psicosocial: el individuo otorga un valor simbólico al cigarrillo y crea una imagen de intelectualidad, precocidad, sensualidad y sofisticación, la cual suele tener una mayor influencia durante la adolescencia.



Para los no fumadores

El derecho a la protección de la salud, consagrado en el artículo 4° de nuestra Constitución Política, tiene entre sus finalidades el bienestar físico del hombre; con base en ello, y en vista de que los efectos nocivos del tabaco afectan no sólo a los fumadores sino a todas aquellas personas que se encuentran a su alrededor, el 6 de agosto de 1990 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el Reglamento para la Protección de los No Fumadores en el Distrito Federal.

Dicha ordenanza tiene por objeto proteger la salud de las personas no fumadoras que resultan afectadas por la inhalación involuntaria del humo producido por la combustión del tabaco en locales cerrados y vehículos de transporte colectivo de pasajeros.

Por esa razón se determinó que las clínicas, hospitales, restaurantes y cafeterías deberán contar con áreas reservadas para no fumadores y fumadores.

Se prohíbe la práctica de fumar en cines, teatros, auditorios, instituciones médicas, centros de salud, salas de espera, bibliotecas y cualquier otro lugar cerrado.

El reglamento prohíbe asimismo que se fume en vehículos de servicio público de transporte colectivo, tiendas de autoservicio, áreas de atención al público, oficinas bancarias, financieras, industriales y de servicios, auditorios, salones de clases de las escuelas de educación inicial, especial, primarias, secundarias y de enseñanza media superior. En el caso de vehículos o taxis para transporte individual, corresponde al conductor determinar si en el mismo se autoriza o no fumar a los pasajeros, debiendo colocar para tal efecto un letrero visible.

En caso de hacer caso omiso de estas disposiciones se sancionará a las personas con una multa que oscila entre una y tres veces el salario mínimo diario vigente. Propietarios, poseedores o responsables de los locales cerrados, establecimientos y medios de transporte, también se harán merecedores a una sanción de 10 veces el salario mínimo diario en el caso de que no fijen las señalizaciones correspondientes para fumar o no fumar.

Si usted se encuentra en un local cerrado cerca de una persona que fuma, ejerza sus derechos y pídale que no lo haga.

Con el fin de impulsar este reglamento en todo el país, se han promovido acuerdos de coordinación y concentración de acciones en Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Colima, Chiapas, Chihuahua, Guerrero, Hidalgo, México, Nuevo León, Oaxaca, Quintana Roo, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Zacatecas.

Fuente: -Diario Oficial de la Federación, agosto 6, 1990.

-**Tabaquismo sensoriomotor**: se refiere al placer de fumar originado por diversas asociaciones no farmacológicas, como maniobras orales, manuales y respiratorias. La sensación del cigarrillo en las manos y en la boca, el acto de encenderlo, la forma de sostenerlo, el olor y el sabor forman parte de un ritual sensorial y motor.

-**Tabaquismo por indulgencia**: es una de las formas más comunes y características de los fumadores moderados que consumen menos de 20 cigarrillos al día. Este tipo de fumador lo hace por placer, especialmente durante periodos de descanso o relajamiento. Son las personas que fuman después de comer, en un intervalo de reposo en el trabajo, en el hogar o al realizar cualquier otra actividad.

-**Tabaquismo sedante**: el sujeto fuma para tranquilizarse y sobrellevar estados de ansiedad y tensión. La intensidad del tabaquismo varía ampliamente, dependiendo de los estados emocionales. Este tipo de tabaquismo es más frecuente en mujeres nerviosas y tensas.

-**Tabaquismo estimulante**: ocurre cuando el fumador está muy ocupado y activo, por lo que se relaciona con la acción farmacológica estimulante de la nicotina. Esta adicción es frecuente entre quienes realizan tareas monótonas y fuman para evitar la fatiga y continuar trabajando.

-**Tabaquismo adictivo**: el fumador experimenta síntomas de supresión a los 20 ó 30 minutos de no fumar, por lo que requiere del tabaco para evitar o disminuir estados desagradables provocados por el síndrome de abstinencia (síntomas como ansiedad, sudoración, nerviosismo y dolor de cabeza).

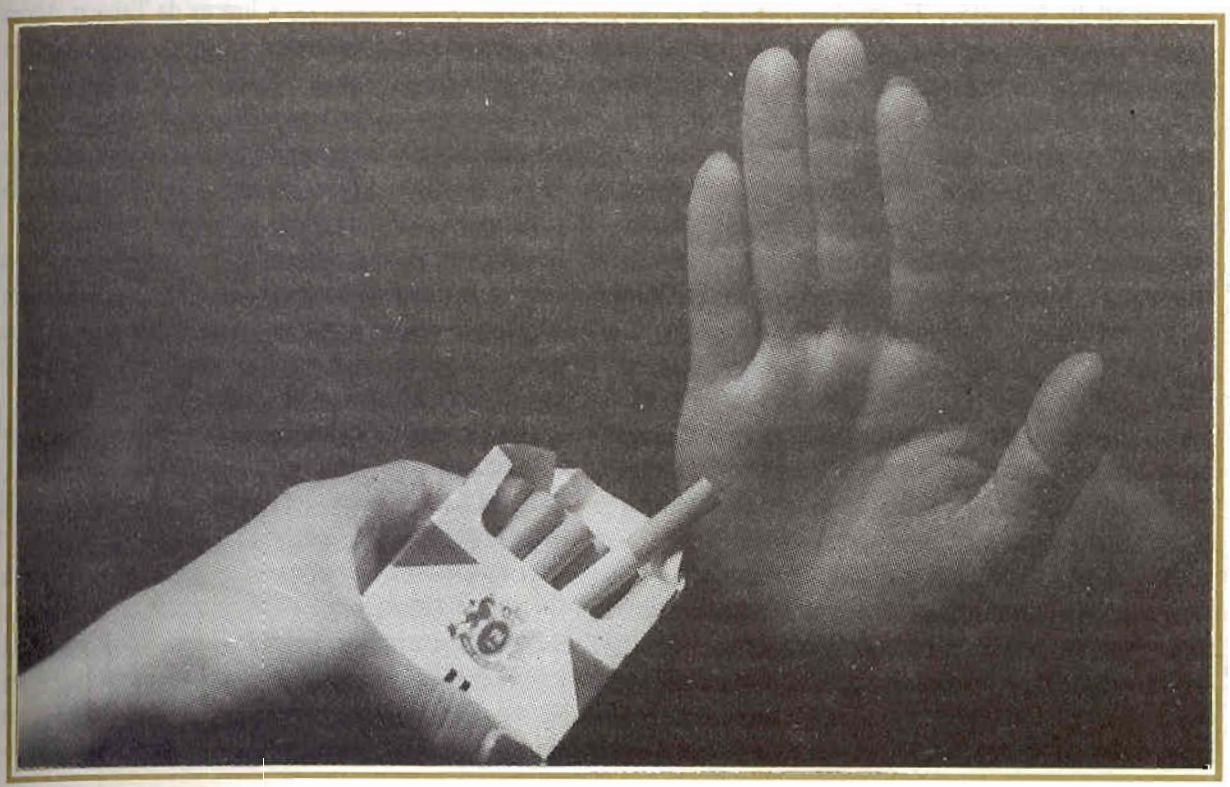
-**Tabaquismo automático**: etapa en la que el fumador comienza a ser voraz, al grado de que él mismo se sorprende cuando enciende el segundo cigarrillo en tanto que el primero todavía no se ha consumido.

Directo al corazón

Otro problema causado por el tabaquismo es que la dependencia no es sólo psicológica sino también física, y el fumador experimenta un estado de adaptación biológica que se manifiesta cuando se suspende el consumo del cigarrillo. Generalmente, las personas que fuman más de 20 cigarrillos al día son las que lo hacen por dependencia física.

La dependencia psicológica se asocia con situaciones gratificantes o relajantes, como las reuniones con los amigos, las fiestas o los momentos de descanso; este tipo de dependencia provoca adicción.

A los factores antes mencionados, los cuales evitan que un fumador abandone el tabaco, hay que sumar la publicidad. Un estudio realizado en 1990 por el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) destacó que la publicidad pretende establecer una relación entre el consumo de cigarros y el prestigio, ofreciendo al consumidor la posibilidad de ascender en la escala social al adquirir determinada marca, lo que además implica una fuerte



asociación entre tabaquismo y actividades de esparcimiento como fiestas y reuniones. Desde luego, con la participación de personas bien parecidas y en situaciones alegres, de triunfo y satisfacción.

Aunado a ello, es común que en la publicidad de tabaco se enfaticen determinadas propiedades que supuestamente disminuyen los daños al organismo, como los cigarrillos *lights* y las virtudes de determinados filtros. Sin embargo, nada de esto protege al consumidor contra los efectos nocivos del tabaco.

En cuanto a los cigarros *lights*, el Instituto Mexicano del Seguro Social señaló cuando aparecieron (años ochenta), que también son perjudiciales para la salud, pues la inhalación del humo es lo que provoca las alteraciones.

Con las reformas a la Ley General de Salud, publicadas el 14 de junio de 1991, se modificó el artículo 26 con el objeto de aumentar la información en las etiquetas de los empaques y envases en que se expenda o suministre tabaco, y señalar sus características. Las leyendas se ampliaron: "Dejar de fumar reduce importantes riesgos en la salud", "Fumar es un factor de riesgo para el cáncer y el enfisema pulmonar" y "Fumar durante el embarazo aumenta el riesgo de parto prematuro y de bajo peso en el recién nacido".

Los gastos de un fumador

Durante los últimos 10 años, el consumo de tabaco se ha incrementado 31 por ciento en América Latina, 41.5 por ciento en África y 28.5 por ciento en Asia.

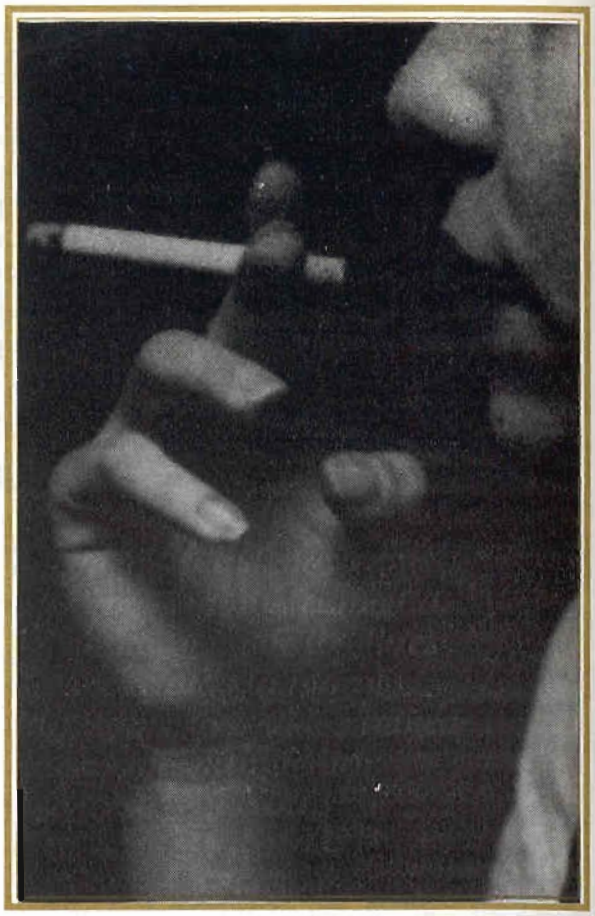
En nuestro país, el consumo de cigarrillos por persona adulta (entre 15 y 75 años) en 1923 era de tan sólo 900 cigarrillos al año. El consumo per cápita aumentó a mediados de la década de los treinta y posteriormente fluctuó entre mil 360 y mil 750 unidades por año.

Actualmente, el consumo aparente anual per cápita es de mil 617 cigarros si se considera la prevalencia del 46.3 por ciento. En 1990, de acuerdo con datos del INCO, existían 16 millones de fumadores en el país, a los cuales les corresponderían entonces 3 mil 323 cigarrillos anuales, es decir, 3.2 cajetillas por semana.

Para tener una idea de los gastos que realiza un fumador hicimos una aproximación tomando en cuenta los costos actuales de una cajetilla de cigarrillos (que puede contener 14 ó 20 cigarros), y un consumo de tres cajetillas a la semana.

Si el precio de la cajetilla es de 60 centavos (la más barata), el gasto por semana será de 1.80 nuevos pesos, al mes de 7.20 y al año de 86.00 nuevos pesos.

Si la cajetilla tiene un costo de 4.80 nuevos pesos, el gasto a la semana será de 14.40 nuevos pesos, al mes 56 y al año 691.2.



Terapia para dejar de fumar

En apoyo a todos los fumadores que quieren dejar de serlo se han creado las Clínicas de Tabaco. Ahora hay 14 en el D.F. (donde se concentra el mayor número de adictos), más las que se han instalado en varios estados del país como Nuevo León, Guadalajara y San Luis Potosí. Además, las clínicas estatales del sector salud, el ISSSTE y el IMSS cuentan con apoyo médico en todos los estados de la república.

La primera clínica de este tipo fue la del Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias (INER), que surgió en 1982 como un programa piloto y en 1987 se integró como parte del Programa Nacional contra del Tabaquismo.

Con la certeza de que una persona puede abandonar el hábito mediante una atención médica especializada, la Clínica de Tabaco del INER ofrece una atención integral al paciente.

Acerca de la terapia para dejar de fumar en la Clínica de Tabaco, la doctora Carmen Gutiérrez, jefa del Departamento de Rehabilitación Respiratoria del INER, explica: "Cuando la persona ingresa a la clínica se hace una evaluación médica inicial a través de exámenes de laboratorio como electrocardiografía, ra-

yos X y pruebas de función respiratoria, entre otros, para conocer el daño real en su organismo.

"Posteriormente se detecta a aquellos pacientes que tienen adicción o dependencia física al tabaco para brindarles apoyo farmacológico que les ayude a disminuir el síndrome de abstinencia, mismo que orilla a los pacientes a recaer. A todos se les proporciona tratamiento psicológico por medio de sesiones grupales. Las personas acuden a la clínica dos veces por semana -continúa la especialista- a reuniones de una hora y media durante cinco semanas, en las cuales se trabaja con dinámicas grupales, ejercicios para aprender a respirar, técnicas de restructuración cognoscitiva y, sobre todo, crear conciencia en las personas sobre los beneficios que proporciona dejar de fumar. Además, el programa otorga asesoría alimentaria para quienes aumentan de peso, especialmente mujeres, a fin de que ello no sea un factor que impida dejar el hábito.

"En términos generales -concluye nuestra entrevistada- a las personas que tienen padecimientos en las vías respiratorias se les diseña un programa individualizado, que consiste en un entrenamiento para convertirlos en seres independientes, ya que estos pacientes tienen deficiencias causadas por la falta de aire".

Además de estas terapias, las diversas clínicas particulares aplican otras como la "aberración", en la cual por medio de audiovisuales se muestran los daños que ocasiona el tabaco al organismo; la acupuntura, el hipnotismo, etcétera, sin embargo todavía no se conoce su grado de efectividad. Al respecto, la doctora Gutiérrez de Velazco menciona: "El tabaquismo es un fenómeno complejo que incluye factores psicológicos y físicos, por lo que debe ser abordado integralmente, no sólo para ayudar a los fumadores a abandonar el hábito sino a mantenerse sin él".

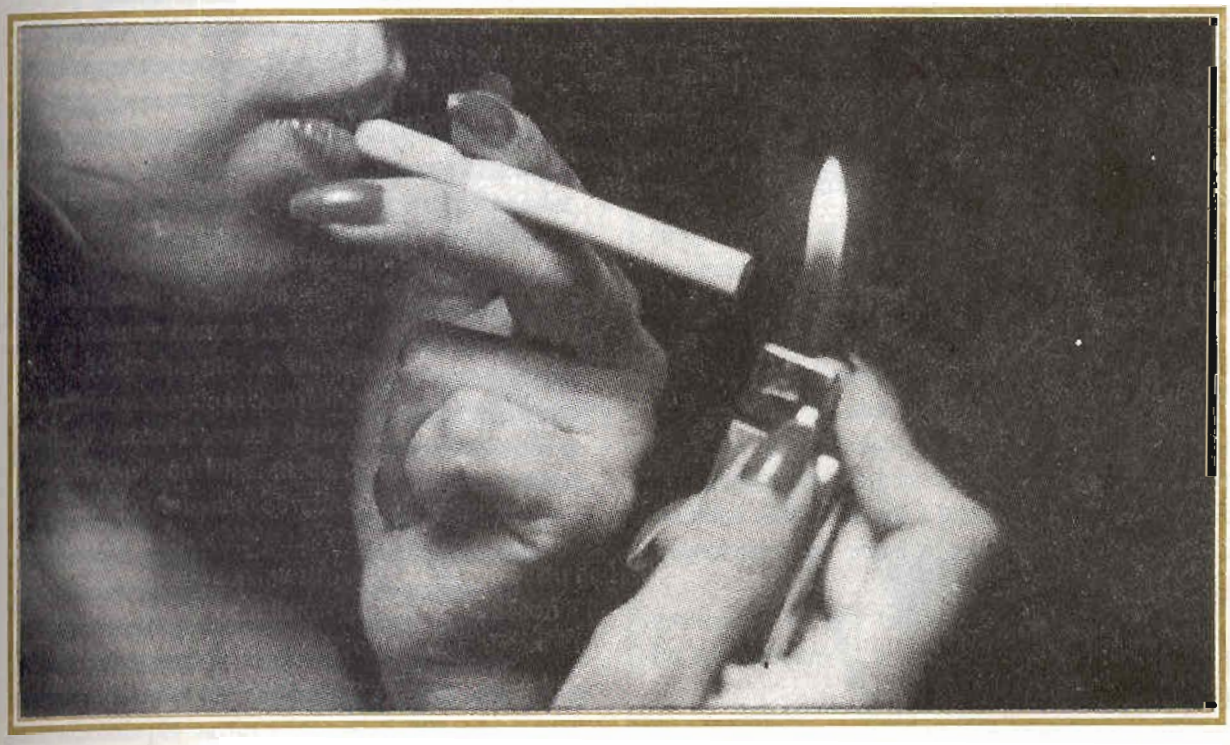
Solicite ayuda a...

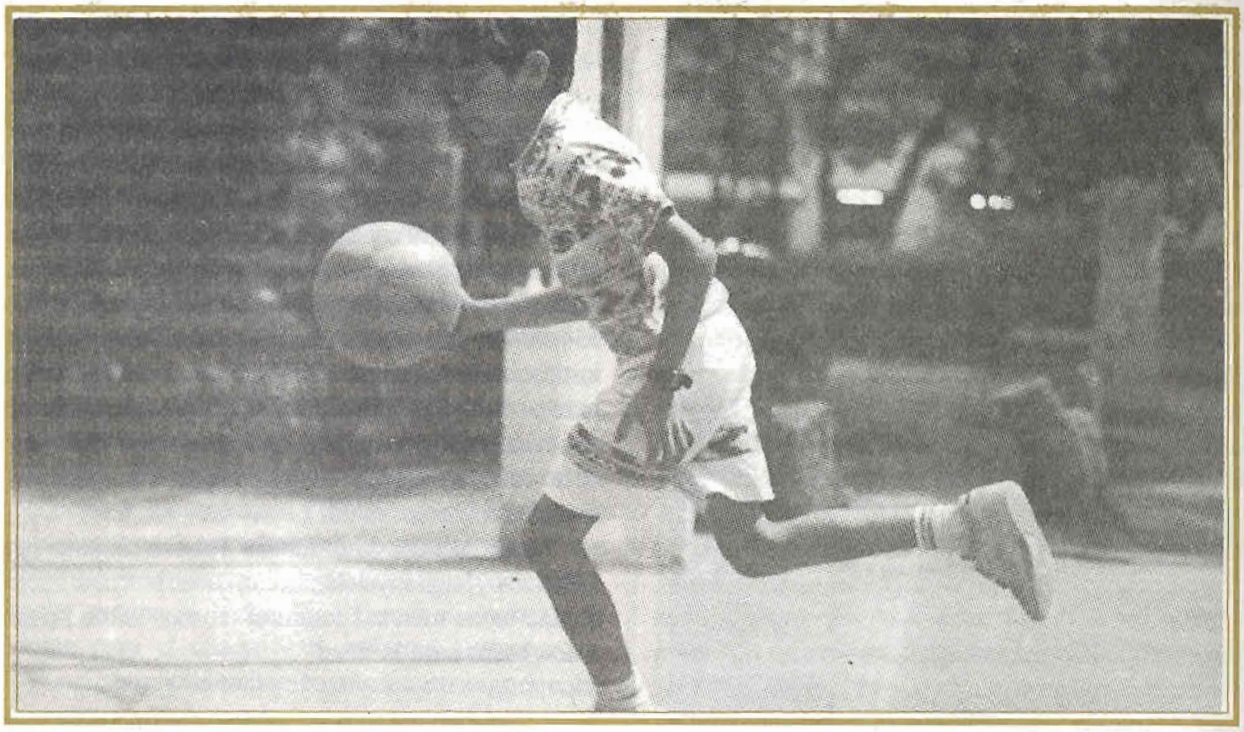
Si usted desea dejar de fumar acuda a la clínica del INER ubicada en Calzada de Tlalpan núm. 4502, San Fernando, al Hospital General o a cualquier otro del sector público o privado. También puede llamar al Consejo Nacional contra las Adicciones (Conadic) que pone a su disposición el teléfono de Sintra (Sistema Nacional de Tratamiento y Rehabilitación de Adictos): 534-90-24, que cuenta con un catálogo de servicios institucionales para remitir al adicto al centro idóneo para su cuidado y rehabilitación, ocupándose de hacer una canalización de manera personalizada; en el interior de la república acuda al centro de salud o delegaciones estatales del sector salud.

Y para este **Día Mundial sin Tabaco** conjunte sus esfuerzos y haga suyo el lema con que se marcó el inicio de una lucha mundial contra el tabaco: "Salud para todos, todos para la salud".

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Organización Panamericana de la Salud, OPS.
-Conadic.
-INER.
-Clínica de Tabaco Tlalpan.
-Dirección General de Epidemiología, SS.





Un gran peso a cuestas

Datos proporcionados por el Instituto Nacional de Ortopedia de la Secretaría de Salud indican que el 10 por ciento de la población del país sufre algún tipo de invalidez, la mayor parte de las veces a causa de afecciones en la columna vertebral, los brazos y los pies, es decir, las partes anatómicas que permiten al ser humano desplazarse, comunicarse, jugar y, sobre todo, trabajar.

La rama médica que se encarga de tratar las enfermedades del sistema musculoesquelético, ya sean congénitas o adquiridas, es la ortopedia.

La ortopedia lo atiende

El hombre es el único vertebrado que se mantiene en posición vertical erecta, por lo que todas las tensiones mecánicas que hacen posible su desplazamiento recaen sobre la columna vertebral y los miembros inferiores (pies), los cuales tienden a sufrir deformaciones y afecciones.

Si bien las alteraciones del sistema musculoesquelético pueden ser congénitas, la mayoría son adquiridas.

En ambos casos, las personas que padecen alguna enfermedad muscular, infecciosa o tumoral en los huesos, u otros trastornos del sistema musculoesquelético, sufren diversos grados de incapacidad o invalidez que limitan su desarrollo normal y su productividad, colocándolas en condiciones de desventaja en muchos ámbitos.

Las afecciones musculoesqueléticas que se presentan con mayor frecuencia son las causadas por la mala postura y las fracturas, sobre todo de los huesos largos como el fémur; el dolor de espalda también es común, y aunque es difícil definir su causa, si no se trata a tiempo puede ocasionar que se encurve la espalda, provocando dolores agudos permanentes.

Otra de las alteraciones se presenta en las articulaciones que soportan el peso del cuerpo como las rodillas, los pies y los dedos. Estos padecimientos suelen ser degenerativos debido a la edad o por el constante movimiento ejercido sobre dichas articulaciones.

Estos trastornos arquean los huesos largos, tendencia que suele agravarse por el peso del cuerpo. En el caso de los niños es importante detectar cualquier indicio de

pie plano o crecimiento anormal de los huesos que les impida caminar normalmente.

Entre las deformaciones de los dedos del pie la más importante es la del dedo gordo, pues en éste se apoya con mayor fuerza el peso del cuerpo y es el que permite su impulso. Es fundamental atenderse cualquier deformidad en ese dedo porque puede afectar a los otros dedos, como en el caso de la desviación lateral, característica en las mujeres que calzan zapatos estrechos y puntiagudos.

En lo que se refiere a las fracturas, generalmente son resultado de traumas (accidentes) que al no ser tratados originan deformidades o la necesidad permanente de prótesis externas de yeso, plástico o metal.

Es importante señalar que otros padecimientos, como la luxación congénita de la cadera, el pie equino varo o las infecciones en los huesos, provocados por fractura abierta mal cuidada o indirectamente por la corriente sanguínea, también deforman los huesos en forma permanente, y en algunos casos pueden llevar a la amputación del miembro.

Un tratamiento individual

La ortopedia recurre a la cirugía, la **rehabilitación por medio del ejercicio**, y el **implante de prótesis** para solucionar los problemas del sistema musculoesquelético.

Hasta hace una década, la cirugía en este campo se limitaba a la corrección de deformidades por medio de aparatos imperfectos, reducción de fracturas y luxaciones con tracciones potentes, y amputación de extremidades.

Hoy, gracias al avance de la ciencia y la tecnología, las cirugías no son tan limitadas y casi hay una exclusiva para cada patología. Por ejemplo, existe la cirugía articular, que se encarga de las articulaciones que por el constante movimiento o el paso de los años llegan a modificar su funcionamiento, como es el caso de la articulación de la rodilla. Para este tipo de afecciones, mediante la artoscropia (que consiste en la aplicación de implantes totales), se sustituye la articulación por una prótesis metálica o de plástico, la más común es en los meniscos.

La cirugía también puede llevar a cabo el implante de clavos y placas que corrigen las deformidades óseas o musculares que antes se creían incurables, tal es el caso del pie equino varo.

Gracias a la intervención quirúrgica, los problemas ortopédicos como las parálisis localizadas en manos, pies y dedos logran ser sanadas por completo.

La rehabilitación, que es un tratamiento que complementa la cirugía y la colocación de prótesis tanto interiores como exteriores, consiste en dar calor a la parte afectada por medio del ejercicio. A través de esta terapia, muchas partes del organismo que fueron afectadas por un accidente, como pies, manos, cuello y cadera, logran su movilidad.

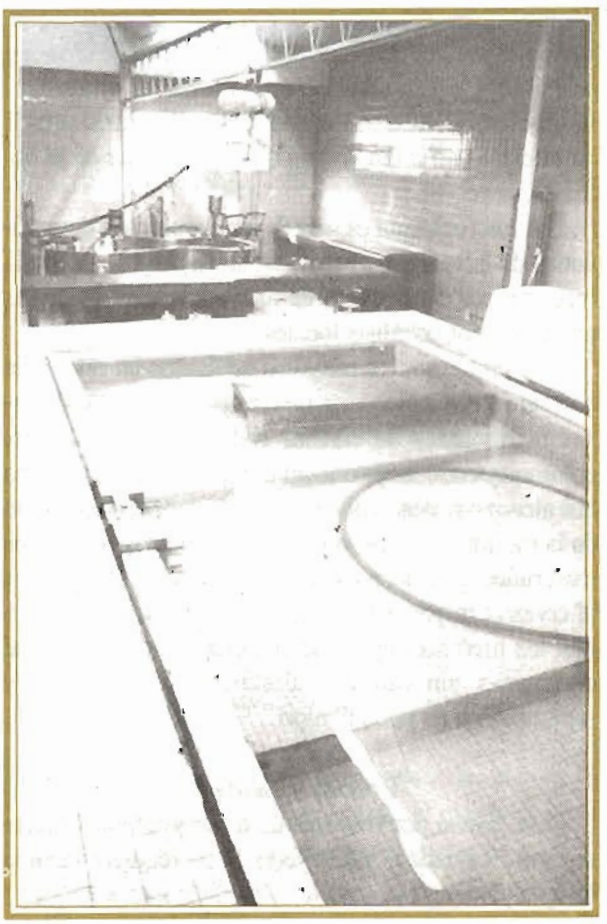
La utilización de prótesis para el tratamiento de enfermedades musculoesqueléticas sigue siendo frecuente, sobre todo las de restitución de algún hueso como el fémur. Se estima que el 10 por ciento de las prótesis sustituyen a miembros superiores como el brazo y la mano, y el 90 por ciento a miembros inferiores como el pie, todos ellos afectados por accidentes en el hogar, en el trabajo o automovilísticos.

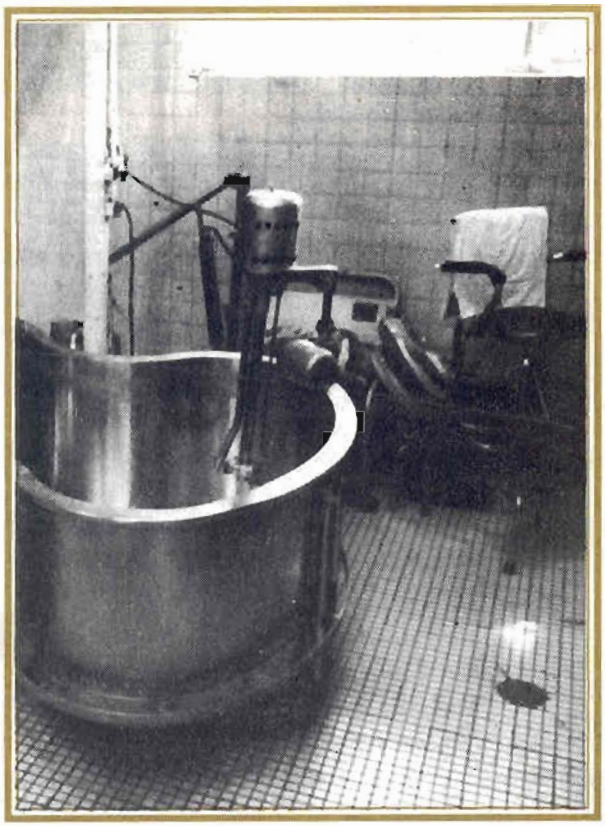
Otra terapia es la utilización de yeso y artefactos metálicos y plásticos para conservar la inmovilidad de la parte afectada, especialmente los huesos largos como la tibia y la cadera.

Para seguir un camino derecho

Los avances en ortopedia en los últimos años han logrado que los casos de deformaciones, fracturas e implantes ortopédicos puedan ser tratados con éxito.

Una de las áreas que más aportaciones ha brindado al diagnóstico son las técnicas radiográficas como la tomografía, que es de gran utilidad en la columna vertebral, ya que indica con precisión el tipo de afección o padecimiento que hay en la zona. Las placas





estereoscópicas proporcionan una imagen tridimensional para el estudio de zonas como cráneo, hombro, columna vertebral y pelvis.

La cinerradiografía utiliza una cámara de cine que permite obtener la imagen en movimiento de una articulación. Esta técnica es excelente para mostrar el tipo de movimiento articular dañado, especialmente en la columna vertebral.

La microcirugía es una de las ramas más desarrolladas de la cirugía, gracias a ella es posible lograr la reconstrucción completa de arterias, venas y nervios afectados por parálisis locales.

Sin embargo, los mayores adelantos en ortopedia han sido los relacionados con las prótesis, articulaciones o implantes de cadera, rodilla, hombro, mano, columna y codo, hoy conocidas como artoplastia, rama que alcanzó su desarrollo gracias al mejor conocimiento de la mecánica de los implantes y la innovación de los materiales. Esta técnica ha sido de gran ayuda porque al conocer mejor el funcionamiento de las articulaciones, las prótesis implantadas suelen adaptarse bien al organismo, sin causar malestares o reposiciones y reparaciones en poco tiempo.

Precios y calidad

Los costos por tratamiento o por implantes suelen ser muy elevados, sobre todo si se requiere de una terapia prolongada.

Los implantes ortopédicos más utilizados como: muletas, prótesis, corsés, fajas, plantillas, zapatos, cuellos, bastones, etcétera, varían de precio de acuerdo al material con que fueron elaborados, su tamaño y su procedencia.

Así, se pueden encontrar prótesis importadas y de materiales ligeros como el titanio desde N$ 4,500.00 hasta las que cuestan N$ 12.00. Un aparato bilateral con corsé de N$ 2,200.00 para adulto, muletas con aditamentos de aluminio en N$ 6,600.00, muletas de madera de N$ 50.00, una muleta de aluminio de N$110.00, por mencionar los precios de los productos de mayor venta.

Las garantías de estos productos, que pueden ser desde seis meses en una prótesis, hasta un año en implementos, están determinadas por el fabricante o vendedor.

Lo mejor es prevenir

Los accidentes, tanto en la casa como en el trabajo y en la carretera, son los que más afectan a la población ocasionándole fracturas, luxaciones, pérdida de algún miembro, deformaciones e incapacidad. Por lo tanto, es necesario prevenirlos:

-Utilice el cinturón de seguridad y respete los señalamientos de las carreteras.

-Cuide que los niños no manipulen objetos punzocortantes.

-Acuda al especialista en caso de sufrir una fractura, luxación o torcedura.

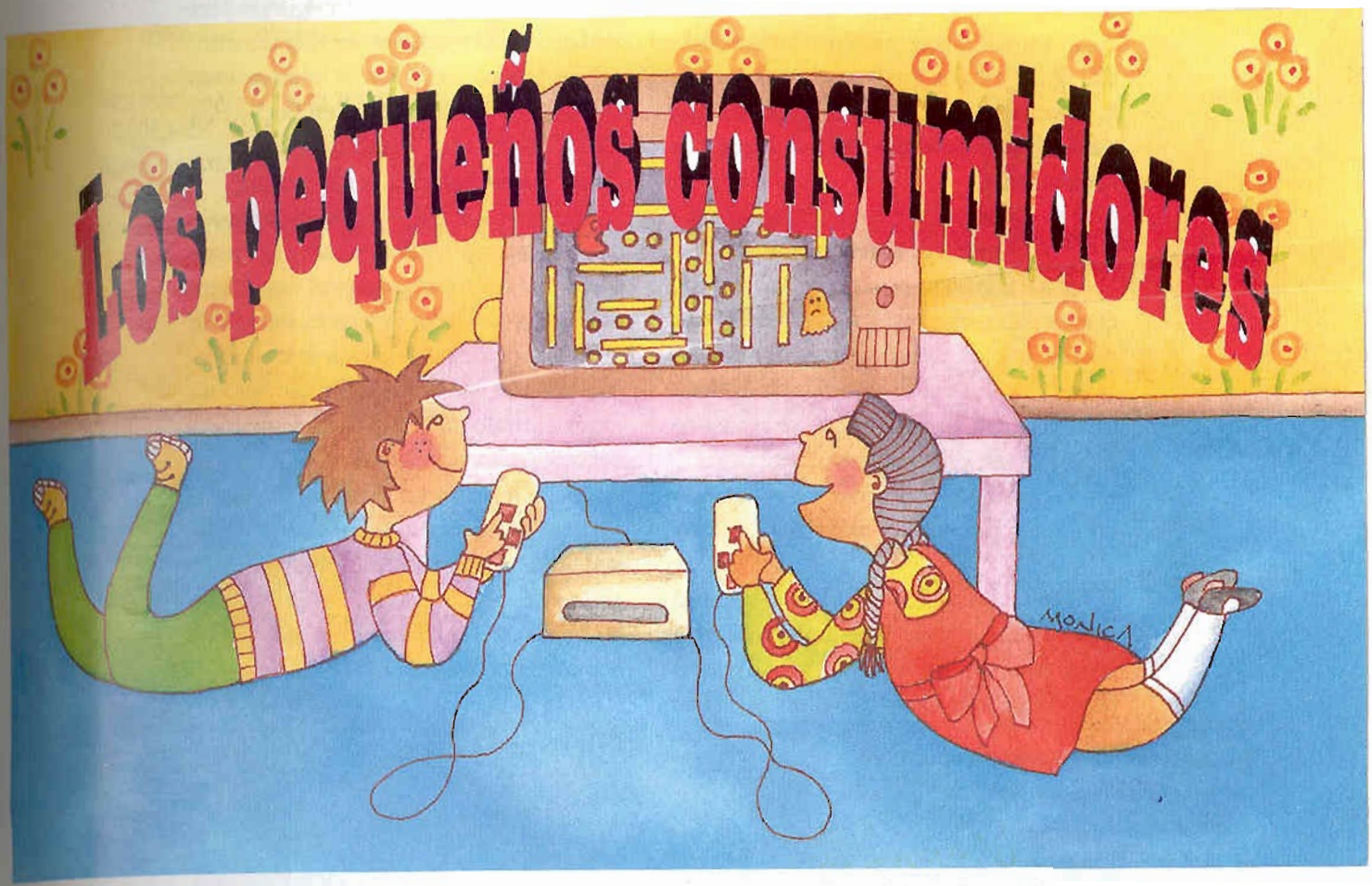
-Utilice equipo de protección en el trabajo.

-Por otro lado, existen deformaciones que dañan severamente la columna vertebral: para prevenirlas evite permanecer sentado por mucho tiempo, siéntese correctamente y trate de hacer ejercicio.

Cuide su salud, si necesita ayuda ortopédica especializada acuda al Instituto Nacional de Ortopedia de la Secretaría de Salud, o a los Institutos de Ortopedia del Instituto Mexicano del Seguro Social o del ISSSTE. Ahí recibirá la atención que necesita.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: *-Entrevista con el doctor Felipe Gómez García, jefe de la División de Ortopedia del IMSS.*
-Entrevista con el secretario general del Instituto Nacional de Ortopedia de la Secretaría de Salud, doctor Gustavo del Toro.
-Entrevista con el doctor Ignacio Bermúdez, jefe del Área de Ortopedia del Hospital "1° de Octubre" del ISSSTE.
-Entrevista con el señor Héctor Flores Crespo, vendedor de productos ortopédicos.



El mundo de los videojuegos

Si eres un niño mayor de siete años de edad probablemente te guste divertirte con los juegos electrónicos conocidos como videojuegos, "chispas", "nintendos" o "maquinitas". Pues bien, ¿te gustaría saber todo lo que se dice en relación a ellos, lo que debes evitar y cuál puede ser la mejor forma de aprovecharlos?

Entre lo bueno y lo malo...

Muchos investigadores, psicólogos y médicos han descubierto aspectos negativos en los videojuegos; por ejemplo, la mayoría de las "chispas" presentan entretenimientos violentos relacionados con la guerra; muchos de ellos son sexistas -sólo para varones- y limitan la imaginación de los niños, además de que los orillan a gastar mucho dinero -hay pequeños que incluso roban- para poder jugar y, en ocasiones, estas máquinas pueden llegar a causar algunas lesiones en los brazos o muñecas, debido a la tensión -estiramiento anormal de los músculos- que provoca su uso.

Por si esto fuera poco, la violencia de los juegos genera ansiedad en el niño al querer vencer a la máquina, razón por la que puede alterarse su sistema nervioso.

Pero los adelantos y aplicaciones de la electrónica no siempre son negativos; algunos juegos electrónicos poseen características positivas: ayudan a desarrollar la velocidad de tus reflejos y estimulan la atención y la memoria; hay quienes argumentan que son un paso intermedio antes de llegar a la computación.

Algunas recomendaciones

Si a ti te gustan los videojuegos, antes de que les pidas a tus papás que te regalen uno debes tomar en cuenta algunas recomendaciones, ya que también estos juegos se clasifican por edad, en relación con los grados de dificultad que presentan para manejarlos.

Por ejemplo, los de temas deportivos son adecuados para niños y niñas de 14 años en adelante.

Los de acción (como peleas y batallas) pueden usarse a partir de los nueve años, pero deben jugarse por tiempos cortos, ya que en periodos prolongados o constantes provocan alteraciones en el sistema nervioso de la persona que juega.

Los videojuegos con estrategia son para cualquier edad y resultan los más recomendables porque estimulan el razonamiento lógico, la habilidad mental y la reflexión para resolver problemas. También puedes seleccionar juegos electrónicos educativos.

Los temas de los videojuegos son variados, pero se recomiendan aquellos en los que participan dos o más jugadores y que tienen un objetivo final. Por otra parte, este tipo de pasatiempos limitan la acción de los jugadores, por ello es conveniente que sólo los juegues un rato y te dediques a otras actividades como practicar algún deporte, ir a excursiones o jugar con tus amigos y familiares, para que desarrolles tu aparato motor (el que nos permite movernos); y sobre todo, intégrate más con tus amigos. Porque el "chiste" es vencer a la máquina y no que ella nos domine a nosotros, ¿verdad?

Episodio del enemigo

De Jorge Luis Borges

En ocasiones, los sueños suelen confundirse con la realidad por ser demasiado vívidos. Pero, ¿qué diferencia hay entre lo real y lo soñado? Muchos autores han escrito en torno a sus sueños; uno de ellos fue el argentino Jorge Luis Borges, quien creó un texto titulado "Episodio del enemigo", acerca de las fantasías y sorpresas que puede encerrar un sueño.

Enseguida te lo presentamos para que lo disfrutes:

Tantos años huyendo y esperando y ahora el enemigo estaba en mi casa. Desde la ventana lo vi subir penosamente por el áspero camino del cerro. Se ayudaba con un bastón, con un torpe bastón que en viejas manos no podría ser un arma sino un báculo. Me costó percibir lo que me esperaba: el débil golpe contra la puerta. Miré, no sin nostalgia, mis manuscritos, el borrador a medio concluir y el Tratado de Artemidoro sobre los sueños, libro un tanto anómalo ahí, ya que no sé griego. Otro día perdido, pensé. Tuve que forcejear con la llave. Temí que el hombre se desplomara, pero dio unos pasos inciertos, soltó el bastón que no volví a ver, y cayó en mi cama, rendido. Mi ansiedad lo había imaginado muchas veces, pero sólo entonces noté que se parecía, de un modo casi fraternal, al último retrato de Lincoln. Serían las cuatro de la tarde.

Me incliné sobre él para que me oyera

-Uno cree que los años pasan para uno -le dije- pero pasan también para los demás. Aquí nos encontramos al fin y lo que antes ocurrió no tiene sentido.

Mientras yo hablaba, se había desabrochado el sobretodo. La mano derecha estaba en el bolsillo del saco. Algo me señalaba y yo sentí que era un revólver.

Me dijo entonces con voz firme:

-Para entrar en su casa, he recurrido a la compasión. Lo tengo ahora a mi merced y no soy misericordioso.

Ensayé unas palabras. No soy un hombre fuerte y sólo las palabras podían salvarme. Atiné a decir:

-Es verdad que hace tiempo maltraté a un niño, pero usted ya no es aquel niño, ni yo aquel insensato. Además, la venganza no es menos vanidosa ni ridícula que el perdón.

-Precisamente porque ya no soy aquel niño -me replicó- tengo que matarlo. No se trata de una venganza sino de un acto de justicia. Sus argumentos, Borges, son meras estratagemas de su terror para que no lo mate. Usted ya no puede hacer nada.

-Puedo hacer una cosa- le contesté.

-¿Cuál?- me preguntó.

-Despertarme.

Y así lo hice.

Vocabulario

Báculo: apoyo, soporte.

Anómalo: extraño, raro, anormal.

Estratagemas: estrategias, tácticas.

Experimento

El reto del agua caliente

¿Será cierto que el agua caliente puede congelarse antes que el agua fría? Para conocer la respuesta, realiza el siguiente experimento:

Material necesario

* Dos vasos de plástico o de cartón
* Agua fría (de 20 a 40 grados centígrados)
* Agua caliente (a 98 grados centígrados aproximadamente)

Instrucciones

Vierte dos o tres cucharadas de agua caliente en uno de los vasos, y la misma cantidad de agua fría en el otro. Coloca los dos vasos en el congelador. Los dos primeros indicios de congelación aparecen a los 15 ó 20 minutos.

Es lógico pensar que el agua fría será la primera que alcance la temperatura de congelación (0 grados centígrados).

De hecho, eso es lo que suele suceder. Sin embargo, el agua caliente se evapora con mayor rapidez que el agua fría, por lo que el contenido del vaso con agua caliente disminuirá más que el del otro.

Si observas con cuidado notarás que habrá menos agua en el vaso donde pusiste la caliente que en el otro. Y como una cantidad reducida de agua se congela más pronto que una abundante, puede suceder que el agua caliente (que en este caso es poca) se congele antes que la fría.

Por el contrario, si pones en el congelador un vaso lleno de agua caliente y otro lleno de agua fría, el segundo se congelará antes. Aunque el agua caliente se evapore más, la cantidad de agua restante es demasiado grande para que se congele antes que el agua fría.

Si usas vasos transparentes podrás observar cómo el hielo se empieza a formar en la superficie, y después se va haciendo una capa más espesa hasta llegar al fondo del vaso.

Fuente: La pandilla científica, nuevos experimentos; núm. 66, Conacyt.

Buzón infantil

Nos envían un "Rap del Consumo"

Estimados amigos:

En el número 198 de la **Revista del Consumidor** me enteré de una invitación para escribir cuentos, adivinanzas y juegos en la sección de "Los pequeños consumidores". Me dio mucho gusto porque a mí me agrada escribir y hacer figuritas de plastilina.

Como muestra de mi gratitud hacia ustedes les envío la letra de una canción que titulé "Rap del Consumo" y se las obsequio con muchísimo gusto.

Atentamente
Francisco Isaías Porter Gómez
Calle Francisco I. Madero núm. 340
entre Zapata y 5 de Mayo, c.p. 87500
Valle Hermoso, Tamaulipas.

Rap del Consumo

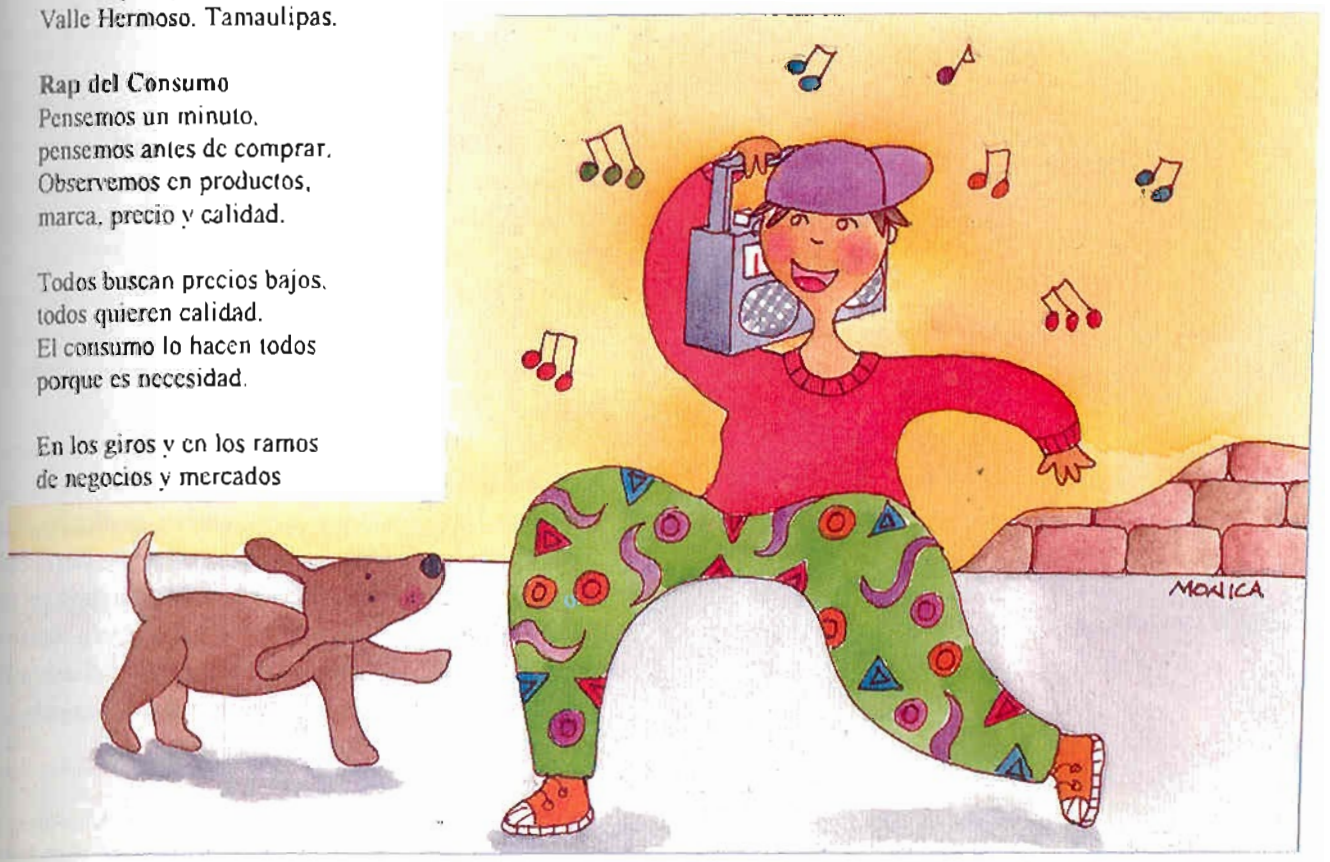
Pensemos un minuto,
pensemos antes de comprar,
observemos en productos,
marca, precio y calidad.

Todos buscan precios bajos,
todos quieren calidad.
El consumo lo hacen todos
porque es necesidad.

En los giros y en los ramos
de negocios y mercados
siempre hay alguien que es voraz
dan gato por conejo o liebre
... y ¡cuas!

Si conoces tus derechos
tendrás justicia, ya verás.

Amiguito, si tienes algo que contarnos o deseas comunicarnos lo que piensas de esta sección, te invitamos a participar con nosotros en "Los pequeños consumidores". Escríbenos a: **Revista del Consumidor**, Insurgentes Sur núm. 1228, 5° piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, México, D.F., c.p. 03200.



En las vacaciones

¡SI PLANEAMOS... ¡NOS VAMOS!

¿Ya planeaste tus vacaciones? ¿Ya elegiste a donde ir a descansar? Es importante realizar los preparativos del viaje con anticipación, para así disfrutar mejor las formidables opciones turísticas que te ofrece nuestro país, porque recuerda...

SI NO PLANEAMOS... ¡NOS QUEDAMOS!

CONSULTA A TU AGENTE DE VIAJES, TIENE UNA AMPLIA GAMA DE OPCIONES PARA TÍ Y EN TUS PRÓXIMAS VACACIONES...

¡DÉJATE CONQUISTAR POR MÉXICO!

PARA INFORMACIÓN TURÍSTICA LLAMA SIN COSTO POR LADA 91 (800) 903-92 DEL D.F. MARCA 250-01-51 Y 250-0123 LAS 24 HORAS LOS 365 DÍAS DEL AÑO.

Experimento

Jabón a la pimienta

Material necesario

Un plato hondo
Agua
Pimienta
Jabón en polvo
Hilo de coser

Procedimiento

Llena el plato con agua y espolvorea un poco de pimienta para que ésta flote.

Embarra ahora tu dedo índice con el jabón y sumérgelo en el centro del plato: ¡sorpresa!, ¡los pequeños granitos de pimienta salen disparados como si hubieran visto a Drácula o a Frankenstein!

¿Cómo explicar este fenómeno?

Las moléculas de agua de la superficie tienden a mantenerse fuertemente unidas unas con otras, a esto se le llama "tensión superficial", la cual forma una película muy delgada; haz de cuenta que hubieras recubierto la superficie del agua con papel celofán. Esta tensión sostiene a la pimienta en la superficie, pero en el momento de introducir el jabón se rompe la tensión y la pimienta se desplaza hacia los bordes del plato.

Si volvemos a añadir pimienta al agua jabonosa ya no se quedará en la superficie, caerá en el fondo porque ahora la tensión superficial no es suficientemente fuerte para sostenerla.

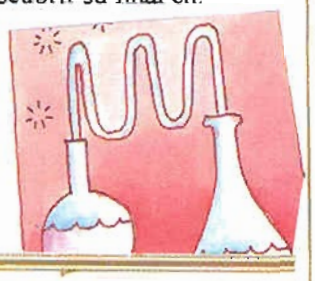
Cuando te bañas ¡el jabón hace exactamente lo mismo con la mugre! Rompe la tensión superficial del agua y permite que la suciedad se vaya con ella. Si quieres, puedes hacer este experimento con hilo de coser. Haz un anillo con el hilo y colócalo en el plato, que habrás lavado perfectamente para que no queden trazas de jabón. Tu hilo no va a formar un círculo perfecto... al menos, no por el momento. Sumerge tu dedo con jabón en el centro del círculo, e inmediatamente adquirirá una forma regular perfecta.

Fuente: 60 nuevos experimentos de la Pandilla Científica, Conacyt, México

¡Mucho ojo!

¿Qué harías si un día amanecieras sin nariz?

Entérate acerca de lo que le sucedió a Gogol cuando perdió su nariz y nadie podía ayudarlo. Y cómo intentó poner un anuncio en el periódico, pero el empleado que lo atendió se negó pues pensó que el periódico podría perder su prestigio. Así que Gogol y su nariz tuvieron que pasar por muchas situaciones divertidas. Te recomendamos conocer esta historia y descubrir su final en:



La nariz de Gogol, de Malkowski Köhler; Colección Altea Benjamín, Editorial Altea; Madrid, 1981.

¿Te gusta la pintura?

Ésta es una forma artística de comunicarse con los demás; a través de ella las personas expresan sentimientos y experiencias. Si quieres saber sobre los colores, la composición y otros elementos de la pintura, te invitamos a leer este libro:

Juguemos con pintura, de Paula Rodríguez Céspedes; Edit. Rehilete, Grijalbo; México, 1988.

¡Vamos a jugar con la ciencia!

Si te atraen los experimentos científicos y deseas sorprender a tus amigos e internarte en un mundo lleno de actividades basadas en las leyes científicas, te sugerimos que leas:

Juegos científicos, del Ontario Science Centre; Edit. Selector; 1994.

LOS RECORDS DE NUESTRAS MARCAS SON:

Altos en grasas poliinsaturadas benéficas y saludables.
Sin colesterol.
Bajo en carbohidratos.
Sabor puro y suave que permite conservar el sabor natural de los alimentos.
Color ámbar transparente de agradable apariencia.
Pueden utilizarse en cualquier receta y fórmula.
Fuentes excelentes de Ácido Linoléico y Vitamina "E".

JABON DE LAVANDERÍA:

Deja un aroma a limpio y perdurable.
Protege y prolonga la vida de su ropa.

COMERCIALIZADORA EL ZAPOTE, S.A. DE C.V.
Emiliano Zapata No. 33
Tlalnepantla, Edo. de México
Tels: 362-15-96 y 229-5275 al 78

real*
Margarina Pasteurizada

* CONSISTENCIA TRADICIONAL O SUAVE PARA UNTAR.
* DIFERENTES PRESENTACIONES PARA DIFERENTES PRESUPUESTOS.
* CALIDAD CERTIFICADA POR NUESTROS PRINCIPALES CLIENTES, CONSUMIDORES E INSTITUCIONES QUE REGULAN LAS CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS PARA GARANTIZAR LA SALUD DEL CONSUMIDOR.
* PIDALA EN SU TIENDA DE AUTOSERVICIO O CREMERIA FAVORITA.

CARRANCEDO*

CARRANCEDO ALIMENTOS, S.A. DE C.V.
AV. CEYLAN 493
COL. IND. VALLEJO 02300
AZCAPOTZALCO, D.F.
TELS: 567 62 22
567 68 22
FAX: 368 15 53
*MARCAS REGISTRADAS

"Afortunadamente no todas son iguales"

Atte.
La Unión de chiles, tomates
y cebollas reprimidos

Moulinex

Lo práctico es ...

VISITE NUESTROS
CENTROS DE CO
568-90

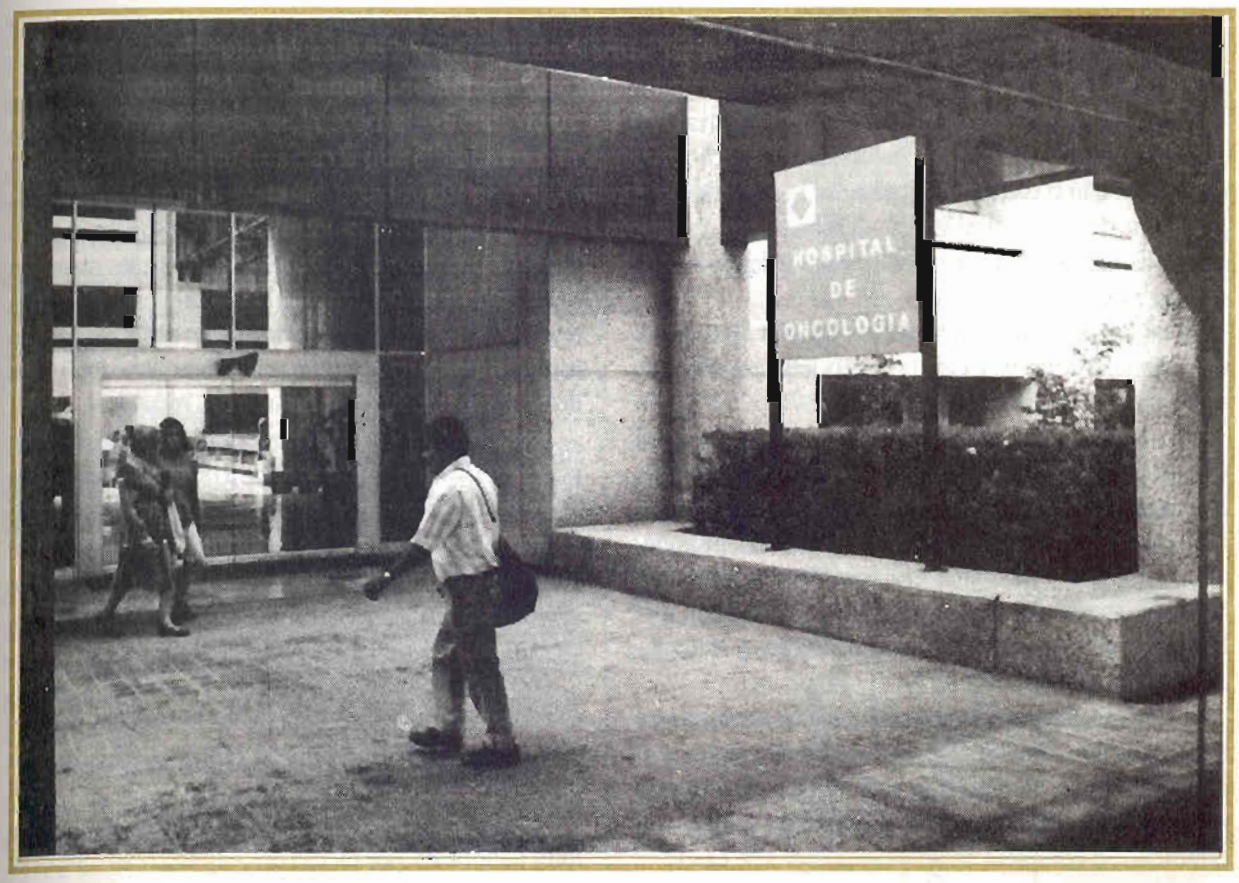
Sobre el cáncer

Detección oportuna, la mejor cura

El cáncer ha sido causa de numerosos decesos entre la población mundial y motivo de incertidumbre en el mundo médico al desconocerse qué lo origina. En la actualidad, gracias al avance de la ciencia y la tecnología, se ha podido constatar que algunos tipos de cáncer son curables si se diagnostican a tiempo y se recibe el tratamiento adecuado.

Este padecimiento se considera multifactorial, porque son muchos los elementos que influyen en su aparición. Algunas hipótesis relacionan al mal con agentes ambientales, el consumo de determinados alimentos, los anticonceptivos orales, ciertas infecciones virales y el sedentarismo, entre otros factores.

Desde el punto de vista científico, la palabra "cáncer" es un término inadecuado: en la antigüedad, se utilizó para reconocer a un grupo de enfermedades malignas que se caracterizaban por la aparición de tumores constituidos por una sustancia parecida a la carne de cangrejo, semejanza por la cual se adoptó ese nombre.



Se puede decir que el cáncer no es una enfermedad sino una serie de enfermedades de distinta naturaleza que tienen como común denominador la reproducción de células de manera anárquica, desordenada y exagerada, mismas que invaden otros órganos y destruyen las células sanas.

Los especialistas coinciden en señalar que existe una infinidad de tipos de cáncer en el organismo, aunque son pocos los más frecuentes.

En nuestro país -según el último Registro Nacional de Cáncer llevado a cabo por la Dirección General de Epidemiología de la Secretaría de Salud- prevalecen: el cérvico uterino, de mama, próstata, linfomas, pulmón, estómago, encéfalo, vejiga urinaria, ovarios, glándula tiroides, cuerpo del útero, riñón-uréter, testículos, colón, vesícula y vías biliares, laringe, huesos y articulaciones, y de la piel.

Afortunadamente, los tipos de cáncer más comunes en México (cérvico uterino y de mama en la mujer, y el de próstata en el hombre) son fáciles de detectar mediante sencillos exámenes que ayudan a lograr su erradicación completa en un gran número de casos.

Caso por caso, por si acaso

En el caso específico del cáncer de mama, la detección se efectúa a través de dos métodos: la autoexploración y la mastografía. La primera, la puede realizar cada mujer palpando sus glándulas mamarias para verificar si existen nódulos tumorales o alguna otra anormalidad. Este procedimiento es útil para detectar tumores de 1 a 2 centímetros y debe llevarse a cabo después del periodo menstrual (ver recuadro).

El segundo método es un estudio radiológico de la glándula mamaria que se aplica a pacientes mayores de 35 años y sobre todo a quienes presentan factores de riesgo. Las personas de alto riesgo son aquellas que pertenecen a una familia en la que se ha padecido cáncer, no porque este mal sea hereditario sino porque hay mayor posibilidad de desarrollarlo.

La mastografía es baja en radiación y resulta excelente para detectar nódulos (pequeñas bolitas) menores de un centímetro, que generalmente no pueden palparse.

El cáncer cérvico uterino se puede detectar en fases muy tempranas por medio del Papanicolau, que es un

En la lucha contra el cáncer

En la lucha contra el cáncer han surgido asociaciones de ayuda social para orientar al público, apoyar la investigación científica y ayudar a la población de escasos recursos.

El cáncer requiere de tratamientos que en la mayoría de los casos resultan costosos por la cantidad de medicamentos que se prescriben.

Entre las agrupaciones que se dedican a esta labor se encuentra la **Asociación Mexicana de Ayuda a Niños con Cáncer** (AMANC).

Este organismo, fundado en 1982, apoya con quimioterapia (medicamentos) a niños de escasos recursos con diagnóstico de cáncer, que no son derechohabientes de ninguna institución de salud.

Brinda además hospedaje, alimentación, transportación del albergue a los hospitales donde es atendido el menor, apoyo psicológico, tanto a los niños enfermos como a sus padres o familiares, otorga prótesis, despensas y hasta ropa y juguetes en fechas especiales.

La AMANC logra su cometido gracias al apoyo altruista que la población brinda por medio de donaciones.

Otra asociación que se constituyó en 1990 como **Programa Nacional contra el Cáncer** surgió de la Sociedad Mexicana de Estudios Oncológicos, A.C., con el propósito de mantener una campaña permanente para informar al público en general acerca de la posibilidad de curar el cáncer por medio de la detección oportuna.

Su labor se desarrolla a través de los medios masivos de comunicación y en conferencias privadas.

examen muy económico, fácil de interpretar y con resultados casi inmediatos; en caso de que se detecte algún tumor, con un tratamiento de quimioterapia (medicamentos) se asegura una curación completa.

En el cáncer de próstata resulta de vital importancia que el paciente acuda a tiempo a realizarse un examen médico, para que el especialista determine el tratamiento a seguir.

Posibilidades de tratamiento

Los tratamientos contra el cáncer son múltiples, sin embargo es posible dividirlos en tres grupos: la cirugía, la quimioterapia y la radioterapia.

La cirugía permite extraer el tumor del cuerpo. En ocasiones, por las características de la tumoración o por su localización, no es posible su extirpación completa y la operación quirúrgica se combina con otras terapias para disminuir la posibilidad de que se desarrollen nuevos tumores.

Actualmente, la biopsia es uno de los métodos de diagnóstico más exacto con que cuenta el mundo médico para la detección del cáncer: por medio de un análisis directo en el microscopio de una muestra de

SUSCRÍBASE
LÉALA
DISFRÚTELA
HÁGALA
SUYA
Revista del CONSUMIDOR

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D.F.

Correspondencia con derechos por cobrar.
Solamente servicio nacional.

El porte será pagado por:
Revista del PC CONSUMIDOR

Administración de Correos No. 44, c.p. 03001, México, D.F

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

COLONIA _____ C.P. ☐☐☐☐☐

DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

ESTADO _____ TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO N$ 60.00 ☐ A NOMBRE DE LA **REVISTA DEL CONSUMIDOR**

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN ☐

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL ☐ CHEQUE ☐

No. _____

ACLARACIONES TELÉFONOS 559-72-96 EXT. 217 Y 588-87-22 O DIRECTAMENTE A INSURGENTES SUR No. 1228, 5o. PISO, COL. TLACOQUEMÉCATL DEL VALLE, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F., C.P. 03200.

Método de exploración de los senos

- Sentada o parada, examine la piel de sus senos y busque manchas, ulceraciones o bolas. Con la yema de los dedos toque el pezón de un lado y pálpelo con suavidad en forma de espiral (hacia los bordes) para detectar posibles protuberancias o zonas donde experimente dolor. Haga lo mismo con el otro seno.

- En la misma posición, toque la axila lo más profundamente posible. Cualquier anomalía, por pequeña que sea, puede indicar la presencia de ganglios inflamados. Explore también la parte superior de la clavícula.

- Repita la operación en ambos lados, pero esta vez colocando la mano (del lado que se está examinando) sobre la nuca.

- Vuelva a realizar todo el procedimiento en posición acostada.

Si encuentra alguna anormalidad acuda lo más pronto posible a su clínica o centro de salud, pues aunque la mayoría de las irregularidades que aparecen en los senos se deben a tumores benignos o quistes, podría tratarse de un tumor maligno.

Fuente: Dirección General de Educación para la Salud. Secretaría de Salud.

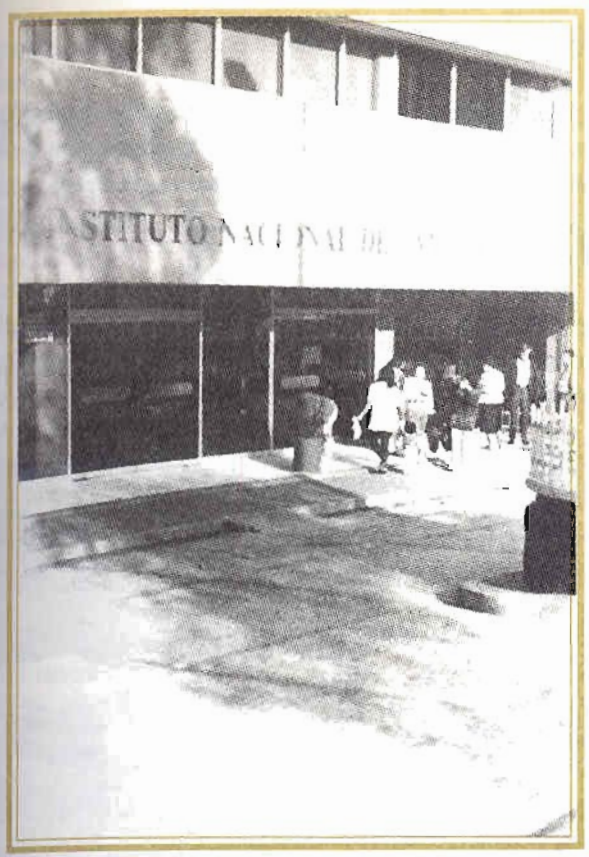
tejido del órgano afectado, se busca cualquier indicio de cáncer; en algunos casos este procedimiento resulta muy sencillo, como en el cáncer de piel, cuello de la matriz, nariz y boca; lo cual no sucede en otras partes del organismo, como el pulmón y el estómago, debido a su ubicación.

Las técnicas utilizadas en la biopsia permiten obtener diagnósticos muy precisos, incluso a partir de fragmentos que contengan unas cuantas células enfermas. Pero es importante mencionar que todas las biopsias pueden presentar complicaciones, situación que el médico debe comunicar a su paciente.

La quimioterapia consiste en la utilización de los diferentes medicamentos que han demostrado su efectividad para destruir células malignas. Este tratamiento, al igual que los otros, tiene efectos secundarios temporales como: disminución de los glóbulos rojos (anemia), glóbulos blancos (infecciones) y plaquetas (sangrados), náuseas, vómito y caída del cabello.

La hormoterapia (rama de la quimioterapia) es un tratamiento mediante hormonas, los moduladores biológicos (que son productos del mismo cuerpo que producen glóbulos blancos).

Así, la aplicación de quimioterapia sola o combinada con cirugía o radioterapia, puede curar la enfermedad en casos como leucemia, linfomas, ganglios linfáticos y mamas, principalmente. En otras circunstancias ayudan a mejorar la calidad de vida del paciente, pues a



En estudio constante

El esfuerzo médico no termina en la aplicación de los tratamientos existentes; las investigaciones en torno al cáncer siguen siendo materia de estudio.

Algunas conclusiones de las diversas instancias que efectúan estudios al respecto, son que la alteración de los protooncógenes propicia el cáncer; otro avance ha sido la respuesta positiva de los enfermos al tratamiento por medio de medicamentos hormonales, como en el caso de los que padecen cáncer de riñón.

El empleo de fármacos hormonales se abre como una alternativa terapéutica en el proceso de metástasis o diseminación del cáncer.

Lo anterior se pudo comprobar en el Hospital de Especialidades del Centro Médico Nacional "La Raza", después de aplicar un tratamiento hormonal a pacientes con estados de metástasis ósea pulmonar y de colón descendente, entre los cuales se alcanzó una sobrevida de dos a cuatro años, así como una notable disminución de efectos colaterales causados por el cáncer.

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social, IMSS.

pesar de que no se logra una curación completa, sí disminuyen los efectos que produce el mal, como en el caso del cáncer de pulmón y de estómago.

En cánceres muy avanzados, la quimioterapia tiene pocos efectos favorables, pues únicamente proporciona una reducción de las molestias por un corto periodo.

La radioterapia consiste en destruir las células malignas utilizando rayos de alta energía, como los ultravioleta y, a últimas fechas, el cobalto

Los rayos destruyen a las células cancerosas en el momento en que se reproducen, ocasionando que el tumor disminuya de tamaño.

Los efectos secundarios de la radioterapia son temporales, pues afectan la zona de aplicación produciendo irritaciones y caída del cabello, entre los trastornos más comunes.

La mejor curación, la prevención

Todos estos métodos de diagnóstico y tratamiento son altamente efectivos cuando se aplican en las primeras etapas de la enfermedad, por lo que es muy importante detectar oportunamente la presencia de este mal.

Por ello:

-Ante cualquier irregularidad que observe en su hijo pequeño, llévelo al médico.

-Las mujeres, desde que inician su vida sexual activa, deben realizarse el Papanicolau cada año.

-Autoexplórese los senos cada mes, cinco días después de la menstruación.

-A partir de los 40 años, los hombres deben someterse a un examen de próstata cada año.

Tenga presente que el cáncer no avisa, y muchas veces, cuando aparecen los síntomas, ya es demasiado tarde. Lo importante es realizarse exámenes médicos, evitar la automedicación, llevar una dieta balanceada y no consumir tabaco ni alcohol.

Por último, recuerde que el cáncer no es una enfermedad infecciosa ni contagiosa; muchas personas han sobrevivido a este padecimiento porque se les ha detectado oportunamente; tampoco es hereditario, pero en algunas familias es más frecuente.

No olvide que la mejor cura contra el cáncer es la detección oportuna.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Entrevista al doctor Alejandro Muard Decancurt, subdirector de Epidemiología del Instituto Nacional de Cancerología de la Secretaría de Salud.
-Entrevista al doctor Luis Krause, jefe de la División de Cirugía del Hospital de Oncología del Centro Médico Nacional "Siglo XXI".
-Entrevista al doctor Alfredo Cerdán, presidente de la Sociedad Mexicana de Estudios Oncológicos.
-Dirección General de Epidemiología, Secretaría de Salud.

Publi-
REPORTAJE

Industrias Alimenticias Club

El reto de alcanzar la calidad

Con el interés de conocer y difundir la labor de aquellas empresas, nacionales o extranjeras, que han puesto especial atención en mejorar continuamente la calidad de los bienes y servicios que ofrecen al consumidor mexicano, la **Revista del Consumidor** se ha propuesto realizar diferentes publirreportajes que ofrezcan al lector información precisa y objetiva sobre las políticas y procesos con base en los cuales desarrollan su actividad en beneficio directo de la población.

Una de las empresas instaladas en México que se ha propuesto la meta de elevar y consolidar el nivel de calidad en la elaboración de sus productos es **Industrias Alimenticias Club, S.A. de C.V.**, conocida en el mercado por sus marcas **Chambourcy** y **Parma**, dos de las más competitivas en el renglón de lácteos y sus derivados, y de carnes frías y embutidos, respectivamente.

Metas y resultados

Industrias Alimenticias Club, S.A. de C.V. inició sus actividades en 1962, cuando compañía **Nestlé** adquirió una fábrica de quesos en la ciudad de Tlaxcala. En aquel primer momento, el objetivo era la obtención de suero para las fórmulas lácteas de **Nestlé**.

Cuando **Nestlé** adquirió la mencionada fábrica se producían aproximadamente 400 toneladas de producto al año, principalmente queso. Poco a poco, la planta diversificó su producción y en 1975 lanzó al mercado mexicano el primer yogurt industrializado con fruta bajo la marca **Chambourcy**. A partir de entonces, el crecimiento fue paulatino y se logró una producción de mil 200 toneladas durante el primer año.

Años más tarde, en 1986, a la estructura inicial se sumó la fábrica de cárnicos mediante la fusión de **Parma Industrial**.

En la actualidad, **Industrias Alimenticias Club** forma parte del grupo **Nestlé** y es una de las empresas más grandes y en continua expansión dentro del mercado de productos de la leche y de los cárnicos. Cuenta con cerca de mil empleados directos y genera numerosos empleos indirectos en el área de distribución y venta. Asimismo, la compañía cuenta con dos plantas productoras: una en Tlaxcala, dedicada a la producción de lácteos y quesos; y otra en La Piedad, Michoacán, cuya especialidad son los cárnicos.

Por otro lado, la empresa posee diez centros de distribución localizados en las ciudades de México, Puebla, León, Guadalajara, Monterrey, Acapulco, Tuxtla Gutiérrez, Coatzacoalcos y Culiacán.

Marcas y productos

Las marcas y productos que maneja son:

Chambourcy

* *Yogurt natural* en presentación de 150 g y un kilo; *yogurt para beber* en presentación de 200 g y un litro; y *yogurt Light* y *Frutas*, también en presentación de 150 g y un kilo.

* *Chiquitín*, quesito tipo *petit suisse* para niños.

* *Queso tipo Chihuahua, Oaxaca y Manchego* en presentaciones de 300, 400 y 700 g.

* *Queso fundido tipo americano* en bloque o rebanadas.

Parma

* *Jamón serrano y salami madurado* disponibles en pieza y en empaques al alto vacío de 100 g.

* **Sabori**, *jamón cocido en pieza* para venta a granel y en presentación al alto vacío en paquetes de 340 g; *salchicha Viena y coctel* en presentaciones de 250 g, 500 g y 2

kilogramos; *tocino ahumado* en paquetes de 250 g, 500 g y a granel.

***Campestre**, *jamón cocido en pieza* para venta a granel; *tocino* en presentaciones de 340 g y a granel; *chorizo estilo ranchero*; *queso de puerco*; y *salchicha hot dog* en paquetes de 200 g o a granel.

Desarrollo tecnológico y profesional

Industrias Alimenticias Club está a la vanguardia en materia tecnológica; sus productos se elaboran con moderna maquinaria y algunos de ellos, como el yogurt, se producen sin que los toque la mano del hombre.

La planta de lácteos instalada en Tlaxcala posee maquinaria de punta, sobre todo en lo referente a la pasteurización de la leche y producción de yogurt. El proceso total se controla mediante una computadora conectada a todos los tanques de producción.

De igual forma, cuenta con tecnología para fabricar algunos envases de los productos, como es el caso del *Chiquitín*, cuya formación del envase, elaborado, sellado y etiquetado se lleva a cabo mediante una máquina ultramoderna.

En cuanto a la producción de queso, una parte del proceso se efectúa manualmente. Sin embargo, en fecha reciente la planta adquirió un equipo nuevo que permitirá tecnificar la producción, aumentando con ello la calidad del producto.

Por su parte, la planta de cárnicos ubicada en La Piedad, Michoacán, combina el proceso manual con la tecnología, ya que en la producción de algunos productos, como los "madurados" -jamón tipo serrano y salami- se necesita de la observación y, sobre todo, de la experiencia del fabricante.

En primer lugar se verifica la calidad de la carne, misma que se adquiere en el mercado nacional -Sonora y Chihuahua- o internacionalmente -Estados Unidos y Canadá-, con el sello *TIF*, que asegura al consumidor que se trata de un producto de alta calidad con inspección federal.

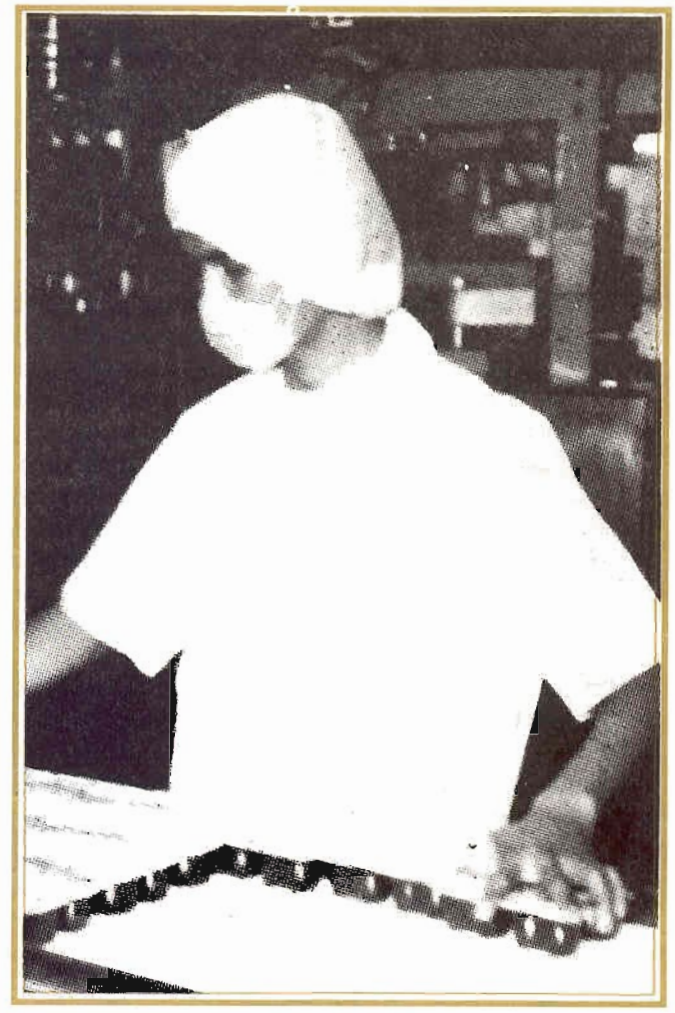
En ambas plantas existen laboratorios químicos donde se efectúan constantemente pruebas bacteriológicas, físico-químicas y organolépticas a fin de asegurar la calidad de los productos.

Uno de los factores más importantes es la calificación del personal, el cual es capacitado en las mismas plantas, en empresas especializadas, o en el Centro Nestlé de Formación, ubicado en el estado de México.

El mercado de Chambourcy-Parma

El producto con mayor venta de la línea de productos cárnicos es el jamón cocido **Sabori**, le siguen las salchichas, el tocino y los productos madurados. Las principales marcas competidoras son **Fud** y **Zwan**.

En el caso del yogurt, el mercado es totalmente diferente al de los otros sectores por las características del producto. **Chambourcy** cubre aproximadamente el 30 por ciento del



mercado total; **Danone** el 35 por ciento y **Alpura** el 11 por ciento.

En cuanto a la distribución en supermercados, **Chambourcy** es líder; en la distribución a tiendas de abarrotes y estanquillos ocupa un segundo lugar, después de **Danone**.

Hasta el momento, los productos importados no han afectado a los nacionales, además de que estos últimos resultan de mejor calidad, según lo constata un estudio de calidad de yogures realizado por la Procuraduría Federal del Consumidor y publicado en la **Revista del Consumidor** núm. 192, correspondiente a febrero de 1993.

Frente a la apertura comercial

Para **Industrias Alimenticias Club** las perspectivas son positivas, porque con la entrada de nuevos bienes al mercado, el público consumidor podrá comparar los productos extranjeros con los nacionales. Además, como los artículos mexicanos son de una calidad igual o superior a la de los importados, se espera que con el Tratado de Libre Comercio a mediano plazo se exporten a algunas regiones de los Estados Unidos.

Marta S.García

CVC no cumplió

Revista del Consumidor:

Agradeceria que se publique la presente misiva, pues no quiero que la gente sufra las consecuencias de comprar algo en C.V.C., un programa que se transmite por canal 4, en el cual se anuncian diversos productos; para obtener alguno es necesario pagar al ordenarlo y ellos prometen entregar la mercancía en un plazo máximo de 10 días hábiles, pero resulta que el plazo se cumple y el artículo no llega, ni llegará...

El día 27 de enero del presente año solicité un producto, mismo que pagué con mi tarjeta de crédito el día 29; yo necesitaba el artículo para el 14 de febrero, pero al no recibirlo, el día 13 llamé para cancelar mi pedido por incumplimiento en la fecha de entrega; la persona que me atendió quedó de llamarme para averiguar porqué no había llegado, sin embargo no se volvió a comunicar conmigo.

Yo les llamé nuevamente y exigí que me reembolsaran el dinero, ya que el banco me estaba cobrando aquella cantidad, pero no hubo respuesta alguna.

En síntesis, mi compra ha sido un dolor de cabeza porque he tenido que hacer un sinfín de llamadas telefónicas, pagar el dinero que C.V.C. se ha estado "jineteando" y no me dan ni siquiera una fecha para resolver el problema; lo último que me dijeron es que tal vez para el 16 ó 17 de marzo se efectúe el reembolso.

Por favor, publiquen mi queja para que el público se dé cuenta de la clase de fraude que es C.V.C.; además quisiera saber cuáles son mis derechos y dónde puedo hacerlos valer.

Agradeciendo su invaluable atención, me despido.

Atentamente
Araceli Zamudio Quezada
Calderón de la Barca
núm. 92
Colonia Polanco
México, D.F.

Señorita Zamudio:

Para atender el problema que usted nos plantea se debe tomar en cuenta el contenido del artículo 15 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que señala que cuando el cobro por la adquisición de un bien o un servicio se haga mediante cargo directo a una cuenta de crédito, débito o similar, el cargo no podrá efectuarse sino hasta la entrega del bien. Aunado a este artículo tenemos el artículo 53, fracción I, que fija la obligación a cargo de los proveedores que realicen ventas por televisión, de cerciorarse de que la entrega del bien adquirido efecti-vamente se haga en el domicilio del consumidor.

Asimismo, se debe tener presente el artículo 7 de la ley que establece que todo proveedor está obligado a respetar los términos, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a los cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor.

Por lo anterior, le recomendamos que acuda a la Delegación Miguel Hidalgo de la Procuraduria Federal del Consumidor, ubicada en Avenida Revolución núm. 127, esquina José María Vigil, colonia Escandón, para que presente la reclamación correspondiente.

La Revista del Consumidor es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611-73-79, 611-75-23 y 598-67-81. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista. Se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia

Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Tiraje: 50 mil ejemplares. Impreso en los talleres Complejo Editorial Mexicano, S.A. de C.V.; Bahía de San Hipólito núm. 56, colonia Verónica Anzures, c.p. 11300, México, D.F.

Mayo mes de la Salud Materna

LA SALUD EMPIEZA EN CASA

LACTANCIA MATERNA Y NUTRICION

Amamantando a tu bebé tienes varias ventajas:

La leche materna es pura y segura

¡Y es la única que contiene amor!

Estableces con tu hijo una relación de amor

Tu leche es higiénica

No necesitas hervir agua, ni esterilizar utensilios.

y siempre está a la temperatura adecuada

Tu leche protege a tu hijo contra enfermedades

Ahorras mucho, ya que tu leche no cuesta nada

Se debe iniciar la lactancia inmediatamente después del nacimiento, sólo así tu hijo podrá recibir el CALOSTRO (sustancia amarillenta que segregan los pechos después del parto) y no perderá peso el bebé.

El calostro es un alimento de alto valor nutritivo que contiene además anticuerpos que protegen a tu hijo contra las infecciones, durante el período que lo amamantes.

Durante la lactancia es necesario establecer buenos hábitos alimenticios

Come frutas y verduras

Incluye en tu alimento diario frijoles, habas, garbanzos, etc., y cereales como el maíz.

Y alimentos que contengan azúcares que proporcionan energías

Procura consumir leche con más frecuencia, además come huevo, quesos, mantequilla, etc.

SISTEMA NACIONAL DE SALUD

unicef

SI ES ULTRA®, CON SOLO UN POQUITO: ¡TODOS GANAMOS!

Con los nuevos detergentes Ultra® de Procter & Gamble de México, S.A. de C.V. usted ahorrará más que nunca, porque sólo necesita un poquito para que su ropa quede mucho más limpia. Además, apoyará el esfuerzo por reducir la contaminación del medio ambiente en que vivimos.

CALIDAD AUTENTICA
ULTRA
P&G
®

0 10722 80016 1 05

ISSN0188-2708

Estudio de fotocopiadoras

¡Sáquele copia a la calidad!

COLECCIONABLE

Introducción

La fotocopiadora personal, inventada en 1985 por la empresa **Canon**, se ha convertido en menos de 10 años en una herramienta indispensable para aquellos consumidores que requieren reproducir pocas cantidades de documentos, y cada día se torna más útil como instrumento de apoyo en el desempeño de las actividades cotidianas, así como en las labores educativas, de oficina y comerciales, entre otras.

Entre 1990 y 1992, el volumen de importaciones de estos artículos en México registró un crecimiento importante del orden del 119.28 por ciento promedio anual debido a la poca presencia de la industria nacional de fotocopiadoras.

Ante la importancia creciente del consumo de fotocopiadoras personales, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) presenta a continuación un estudio de calidad que deseamos le sirva de apoyo en su compra.

Recomendaciones de compra

• Antes de adquirir una fotocopiadora le sugerimos hacer un cálculo aproximado del número de copias que comúnmente requiere al mes.

• Verifique si las copias que necesita son de un solo original o de varios, ya que dependiendo de esto usted deberá elegir entre copiadoras con un tiempo corto de respuesta de primera copia, o bien, con alta velocidad de copiado.

• Si el trabajo que usted realiza es exclusivamente de copiado de originales, puede seleccionar una máquina que utilice *toner* negro; pero si su labor exige copias de un original con mezcla de colores (rojo, verde, azul, negro y marrón), lo que usted necesita es una copiadora que permita un fácil cambio de *toner*.

• Para copiar originales por separado es recomendable adquirir una copiadora de platina móvil, pero si los originales que necesita copiar son libros, folletos, revistas, etcétera, requiere de una fotocopiadora de platina fija con cubierta de levantamiento manual.

• No todas las copiadoras reducen y amplifican; por lo tanto, es necesario que usted verifique si sus necesidades de fotocopiado incluyen esta función especial.

• Si necesita cubrir un gran volumen de copiado, calcule el costo por copia, el cual a largo plazo podría resultar significativo, y compárelo con el costo total de la fotocopiadora.

• Por último, revise la garantía de la marca seleccionada, así como el servicio que le ofrecen en materia de reparaciones (tiempo de respuesta y existencia de refacciones). Al mismo tiempo, le recomendamos constatar que incluya el mantenimiento preventivo periódico y la tarifa del servicio.

¿Qué es una fotocopiadora personal?

Es una máquina electromecánica pequeña, portátil y de bajo volumen de fotocopiado, cuya función es reproducir imágenes sobre papel mediante procedimientos de transferencias de tinta originadas por cargas eléctricas.

¿Cuáles fueron las marcas estudiadas?

Se incluyeron las marcas **Canon**, modelos *NP-1020*, *PC330L*, *PC-11* y *NP-1520*; **Sharp** *Z85II* y *Z57II*; **Develop** *D1311* y *D1511*; **Toshiba** *1210*; **Olivetti** *2014* y *2414*; y por último, **Ricoh** *FT3313*.

¿Cuál fue el marco normativo?

El estudio se basó en la Norma Oficial Mexicana **NOM-016**, la cual se refiere a los requisitos de seguridad y métodos de prueba en aparatos electrónicos de uso en oficina y alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica.

¿Qué pruebas se aplicaron?

Se realizaron los análisis sobre:

- Información al consumidor
- Tiempo de calentamiento
- Tiempo de respuesta de la primera copia
- Velocidad multicopia

- Costo por copia
- Gama de grises
- Resolución
- Linealidad
- Borrado
- Negro total
- Interpretación de los colores

¿Qué resultados se obtuvieron?

En la categoría de fotocopiadoras personales con menos de 12 copias por minuto (cpm), el primer lugar lo ocupó el modelo *NP-1020* de la marca **Canon**, con 95 puntos; en segundo sitio quedaron, con 91 puntos, los modelos *PC330L* de **Canon** y *Z57II* de **Sharp**; el tercer lugar correspondió al modelo *Z85II* de **Sharp** (89 puntos), y el modelo *PC-11* de la marca **Canon**, con 83 puntos, ocupó el cuarto peldaño.

En el rubro de fotocopiadoras de bajo volumen (12 cpm o más) quedaron en primer sitio las marcas **Canon**, modelo *NP-1520*, **Develop**, modelo *D1311* y **Toshiba**, modelo *1210*, con 92 puntos. El segundo lugar, con 89 puntos, fue para el modelo *2014* de **Olivetti**. El tercer puesto lo ocuparon los modelos *2414* de **Olivetti**, y *D1511* de **Develop**, con 86 puntos. En cuarto sitio se colocó el modelo *FT3313* de la marca **Ricoh**.

Los detalles y evaluaciones específicas de cada prueba aparecen en los cuadros que enseguida le presentamos. Si desea obtener mayor información respecto al presente estudio, lo invitamos a visitarnos en la Coordinación General de Investigaciones ubicada en Insurgentes Sur núm. 1228, 7° piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, México, D.F., o bien, llámenos al 559-72-96 ext. 242, donde lo atenderemos con gusto.

Cómo funciona una fotocopiadora

El proceso básico es el siguiente:

La imagen del original se coloca sobre la platina o pantalla receptora que recibe la luz proveniente de una lámpara, la cual suele ser de halógeno; el reflejo que produce es proyectado a través de un sistema óptico hacia un cilindro fotorreceptor que capta la imagen. Posteriormente, el cilindro presiona la hoja de papel limpia, transfiriendo la imagen (partes oscuras de la misma); después pasa por un cilindro fusionador que suaviza el *toner* y lo fija a la hoja para obtener la copia.

Glosario

Platina: Base de vidrio donde se expone el original para ser copiado. En algunas de las copiadoras personales esta parte se mueve hacia adelante y hacia atrás, exponiendo el original al sistema óptico, el cual permanece estático. Este sistema se desarrolló para ahorrar espacio; en otros modelos, la platina queda estática junto con el original y es el sistema óptico el que se desliza bajo toda la superficie de la hoja.

Sistema óptico: Lente enfocado a través de un sistema de espejos, el cual capta la imagen del original.

Luz: Ilumina la parte del original que se encuentra enfocada por el sistema óptico; por lo general es de halógeno.

Tambor o cilindro fotorreceptor: Parte que se encarga de transformar la imagen captada por el sistema óptico en cargas eléctricas que atraen al *toner*, formando la imagen del original que después es transferida al papel por medio de un campo electrostático, y por presión se fija en el mismo. Este cilindro giratorio está protegido con un material fotorreceptor, es decir, una sustancia compuesta por selenio o fotorreceptores orgánicos, que conduce electricidad cuando se expone a la luz; el cilindro está alimentado eléctricamente por un cargador corona o por un rodillo cargador.

Cargadores corona: Alambre fabricado con una aleación de tungsteno, llamado de "corona", que al recibir un alto voltaje crea una carga eléctrica sobre el tambor o cilindro fotorreceptor.

Rodillo cargador: Segundo cilindro que se encarga de suavizar el *toner* por medio de una temperatura alta sobre el papel y fijarlo por presión.

Toner: Tinta en polvo que emplean las fotocopiadoras para el proceso de impresión, la cual posee propiedades especiales de tipo térmico y electrostático.

Dispositivos de limpieza: Eliminan cualquier residuo de *toner* localizado en el cilindro fotorreceptor que no haya sido transferido a la copia.

Cartucho integrado: Cartucho que integra un tambor fotorreceptor orgánico y *toner* mono-componente de alta calidad, con partículas pequeñas de bajo punto de fusión, dando como resultado un cartucho de fácil reemplazo, el cual evita el mantenimiento periódico.

Exposición automática: Función mediante la cual la máquina copiadora selecciona automáticamente la exposición correcta de acuerdo con la densidad del original. Esta función es muy útil cuando se copian periódicos o impresiones en tinta azul.

Modo foto: Muestra 16 tonos diferentes de grises, entre el negro y el blanco, que permiten una diferenciación de los colores de un original al ser impresos en una copia.

CARACTERISTICAS DE FOTOCOPIADORAS DE 12 cpm. EN ADELANTE

MODELO	NP-1520	D1311	1210	2014
MARCA	CANON	DEVELOP	TOSHIBA	OLIVETTI
PAIS DE ORIGEN	COREA	JAPON	JAPON	- HONG KONG
VOLTAJE DE CONSUMO	115 V.	120 V.	115 V.	120 V.
GARANTIA (DURACION)	3 MESES	3 MESES	1 AÑO	1 AÑO
TIEMPO DE CALENTAMIENTO	1.05 min.	21.41 seg.	21.52 seg.	25.70 seg.
TIEMPO NECESARIO 1a. COPIA	11.14 seg.	6.06 seg.	7.38 seg.	7.81 seg.
VELOCIDAD MULTICOPIA	15 cpm	13 cpm	12 cpm	14 cpm
POTENCIA DE CONSUMO PROM. MEDIDA	1180 W.	1087 W.	1183 W.	1216 W.
COSTO DEL CILINDRO FOTORRECEPTOR	N$665.70	N$1,350	N$471.90	N$462.82
VIDA UTIL DEL CILINDRO FOTORRECEPTOR	30,000 C.	20,000 C.	30,000 C.	40,000 C.
COSTO DEL REVELADOR	INTEGRADO	INTEGRADO	N$132	N$43.11
VIDA UTIL DEL REVELADOR	INTEGRADO	INTEGRADO	30,000 C.	20,000 C.
COSTO DEL TONER	N$491.35	N$36	N$85.80	N$30.11
VIDA UTIL DEL CARTUCHO DE TONER	15,000 C.	1,500 C.	2,500 C.	2,600 C.
COSTO POR COPIA	N$0.056	N$0.091	N$0.054	N$0.027
TAMAÑO DE HOJAS USADAS EN EL ALIMENTADOR				
MAXIMO	D. CARTA	OFICIO	OFICIO	OFICIO
MINIMO	¼ DE CARTA	½ CARTA	¼ CARTA	T. DE PRES.
CAPACIDAD MAXIMA DEL ALIMENTADOR	250 HOJAS	250 HOJAS	500 HOJAS	250 HOJAS
CAPACIDAD DE REDUCCION 1 EN 1%	100 AL 50%	NP	NP	NP
CAPACIDAD DE AMPLIACION 1 EN 1%	100 A 200%	NP	NP	NP
PREFIJADAS	4 R, 3 A.	NP	NP	NP
TAMAÑO MAXIMO DEL ORIGINAL ACEPTADO	D. CARTA	8.5 X 14"	8.5 X 14"	8.5 X 14"
COSTO DE LA MAQUINA	N$9,995	N$5,500	N$5,185	N$7,291

R= Reducción

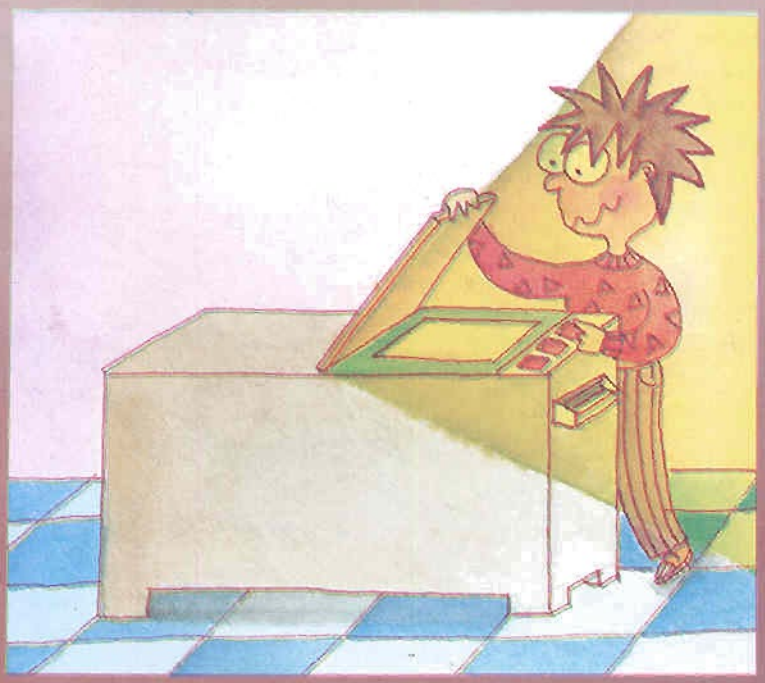
A= Ampliación

NP= No presenta

cpm: Copias por minuto.

D. CARTA: Doble carta.

T. DE PRES.: Tarjeta de presentación.



MODELO
MARCA
PAIS DE ORIGEN
VOLTAJE DE CONSUMO
GARANTIA (DURACION)
TIEMPO DE CALENTAMIENTO
TIEMPO NECESARIO 1a. COPIA
VELOCIDAD MULTICOPIA
POTENCIA DE CONSUMO PROM. MEDIDA
COSTO DEL CILINDRO FOTORRECEPTOR
VIDA UTIL DEL CILINDRO FOTORRECEPTOR
COSTO DEL TONER
VIDA UTIL DEL CARTUCHO DE TONER
COSTO POR COPIA
TAMAÑO DE HOJAS USADAS EN EL ALIMENTADOR
MAXIMO
MINIMO
CAPACIDAD MAXIMA DEL ALIMENTADOR
CAPACIDAD DE REDUCCION 1 EN 1%
CAPACIDAD DE AMPLIACION 1 EN 1%
PREFIJADAS
TAMAÑO MAXIMO DEL ORIGINAL ACEPTADO
COSTO DE LA MAQUINA

R= Reduccion NP= No presenta

A= Ampliación cpm: Copias por minuto

2414	D1511	FT3313
OLIVETTI	DEVELOP	RICOH
HONG KONG	JAPON	JAPON
120 V.	120 V.	115 V.
1 AÑO	3 MESES	1 AÑO
32.75 seg.	27.35 seg.	22.30 seg.
6.99 seg.	6.10 seg.	8.73 seg.
14 cpm	15 cpm	13 cpm
1211 W.	1061 W.	1200 W.
N$462.82	N$1,350	N$1,160
40,000 C.	20,000 C.	80,000 C.
N$43.11	INTEGRADO	N$417
20,000 C.	INTEGRADO	80,000 C.
N$30.11	N$36	N$258
2,600 C.	1,500 C.	8,000 C.
N$0.027	N$0.091	N$0.052
OFICIO	OFICIO	10 X 14"
T. DE PRES.	½ CARTA	½ CARTA
250 HOJAS	250 HOJAS	250 H.
100 AL 62%	100 AL 50%	100 AL 61%
100 A 141%	100 A 200%	100 A 141%
3 R, 1 A.	2 R, 1 A.	3 R, 2 A.
8.5 X 14"	D. CARTA	D. CARTA
N$9,827	N$9,000	N$8,676

CARACTERISTICAS DE FOTOCOPIADORAS DE MENOS DE 12 cpm

NP-1020	PC330L	Z57 II	Z85 II	PC11
CANON	CANON	SHARP	SHARP	CANON
TAILANDIA	TAILANDIA	JAPON	JAPON	TAILANDIA
115 V.	115 V.	120 V.	120 V.	115 V.
3 MESES	1 AÑO	1 AÑO	1 AÑO	1 AÑO
20.57 seg.	0 seg.	11.38 seg.	28.99seg.	21 seg.
11.77 seg.	15.20 seg.	14.25 seg.	15.74 seg.	11.77 seg.
10 cpm	6 cpm	10 cpm	10 cpm	10 cpm
1141 W.	536 W.	1167 W.	1120 W.	1136 W.
N$583.28	INTEGRADO	N$509	N$509	INTEGRADO
20,000 C.	INTEGRADO	9,000 C.	9,000 C.	INTEGRADO
N$180.69	N$653	N$355	N$355	N$653
4,000 C.	3,000 C.	3,000 C.	3,000 C.	3,000 C.
N$0.076	N$0.22	N$0.175	N$0.175	N$0.22
OFICIO	OFICIO	OFICIO	OFICIO	OFICIO
T. DE PRES.	T. DE PRES.	CARTA	CARTA	T. DE PRES.
250 HOJAS	50 HOJAS	100 HOJAS	100 HOJAS	100 HOJAS
100 AL 70%	NP	NP	NP	100 AL 70%
100 A 122%	NP	NP	NP	100 A 122%
3 R, 1 A.	NP	NP	3 R, 1 A.	3 R, 1 A.
10 X 14"	8.5 X 14"	10 X 14"	8.5 X 14"	10 X 14"
N$5,200	N$2,995	N$3,568	N$5,265	N$4,500

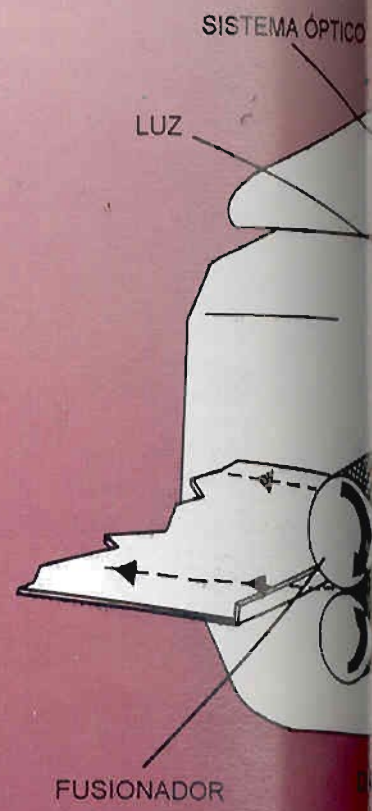
D. CARTA: Doble carta.

T. DE PRES.: Tarjeta de presentación.

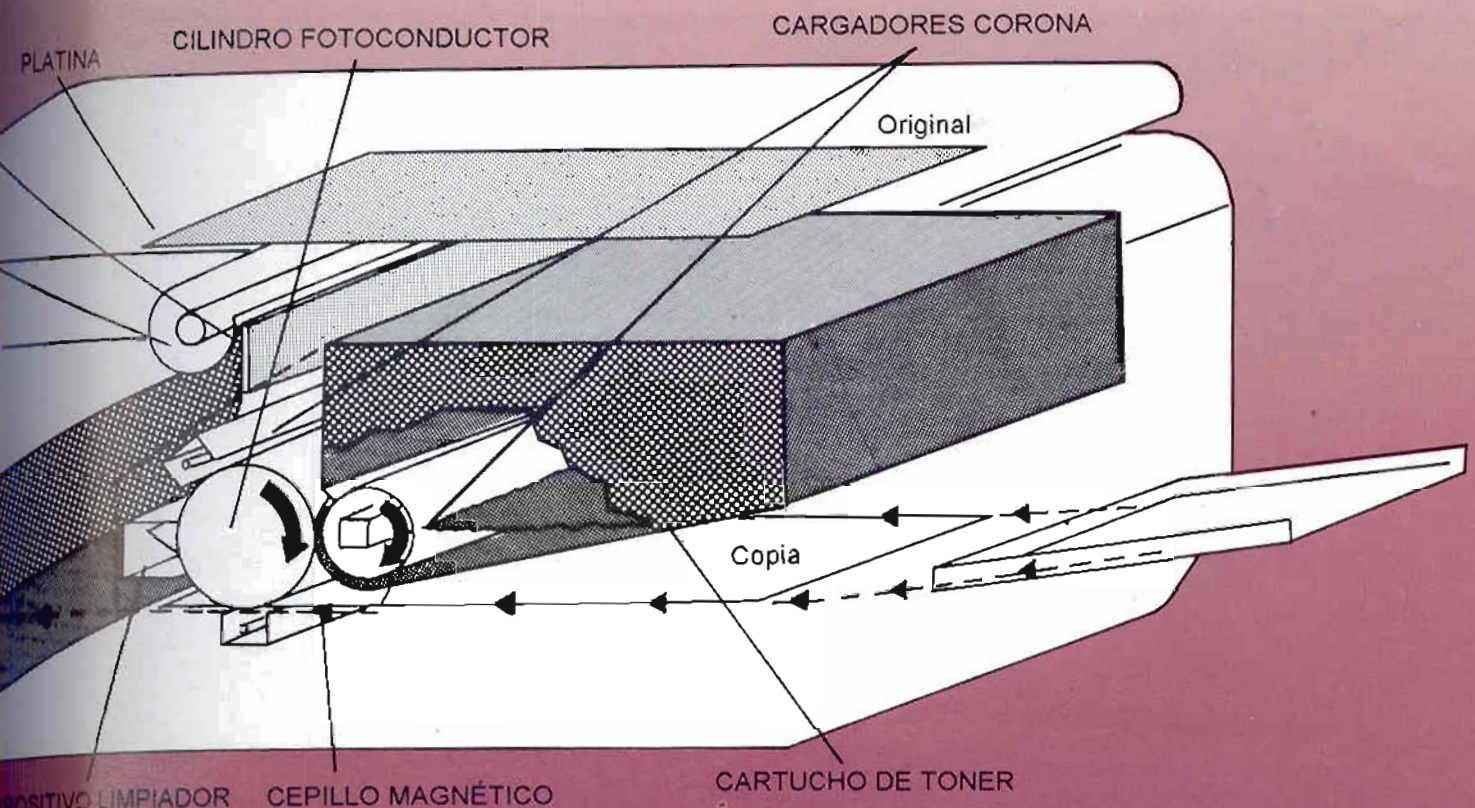
FOTOCOPIADORAS DE BAJO VOLUMEN (12cpm. EN ADELANTE)

MARCA	CANON	DEVELOP	TOSHIBA	OLIVETTI	OLIVETTI
MODELO	NP-1520	D1311	1210	2014	2414
INFORMACION AL CONSUMIDOR	●	●	●	●	●
TIEMPO DE CALENTAMIENTO	▼	●	●	●	■
TIEMPO DE RESPUESTA DE LA PRIMERA COPIA	▼	●	●	●	●
VELOCIDAD DE MULTICOPIA	●	▼	▼	■	■
COSTO POR COPIA	●	■	●	●	●
GAMA DE GRISES	●	■	■	■	■
RESOLUCION	●	●	■	■	■
LINEALIDAD	●	●	●	●	●
BORRADO	●	●	●	●	■
NEGRO TOTAL	■	●	●	▼	▼
INTERPRETACION DE COLORES	■	■	■	■	■
PRECIO (N$)	9,995	5,500	5,185	7,291	9,827
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	92	92	92	89	86

cpm: Copias por minuto. ● EXCELENTE ■ BUENO ▼ REGULAR ✖ DEFICIENTE



DEVELOP	RICOH
D1511	FT3313
●	●
●	●
●	■
●	▼
■	●
■	■
■	●
●	■
■	■
▼	▼
■	■
9,000	8,676
86	85



FOTOCOPIADORAS PERSONALES (ABAJO DE 12cpm.)

MARCA	CANON	CANON	SHARP	SHARP	CANON
MODELO	NP-1020	PC330L	Z57II	Z85II	PC-11
INFORMACION AL CONSUMIDOR	●	●	●	●	●
TIEMPO DE CALENTAMIENTO	■	●	■	▼	■
TIEMPO DE RESPUESTA DE LA PRIMERA COPIA	●	■	●	■	●
VELOCIDAD DE MULTICOPIA	●	▼	●	●	●
COSTO POR COPIA	■	▼	▼	▼	▼
GAMA DE GRISES	●	■	■	■	●
RESOLUCION	●	●	●	■	■
LINEALIDAD	●	●	●	●	■
BORRADO	●	●	●	●	▼
NEGRO TOTAL	■	●	●	●	■
INTERPRETACION DE COLORES	●	●	■	●	■
PRECIO (N$)	5,200	2,995	3,568	5,265	4,500
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	95	91	91	89	83

cpm: Copias por minuto. ● EXCELENTE ■ BUENO ▼ REGULAR ✖ DEFICIENTE

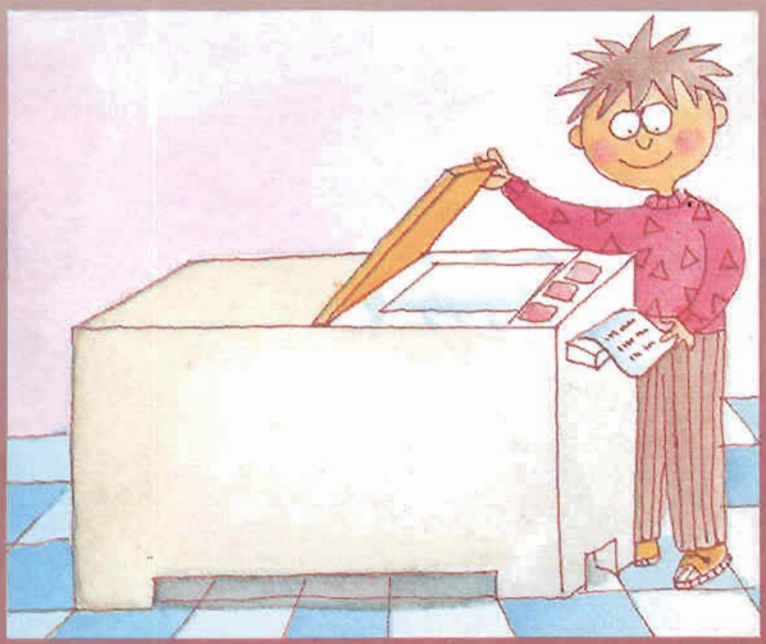


TABLA DE PONDERACION DE COPIADORAS PERSONALES Y DE BAJO VOLUMEN

CARACTERISTICAS DE CALIDAD	PUNTUACION
INFORMACION AL CONSUMIDOR	6
TIEMPO DE CALENTAMIENTO	6
TIEMPO DE RESPUESTA DE LA PRIMERA COPIA	6
VELOCIDAD DE MULTICOPIA	6
COSTO POR COPIA	16
GAMA DE GRISES	10
RESOLUCION	10
LINEALIDAD	10
BORRADO	10
NEGRO TOTAL	10
INTERPRETACION DE COLORES	10
TOTAL	100

ESCALA DE 6 PUNTOS	
6	EXCELENTE
5	BUENO
4	REGULAR
3	DEFICIENTE

ESCALA DE 10 PUNTOS	
10	EXCELENTE
8	BUENO
6	REGULAR
4	DEFICIENTE

ESCALA DE 16 PUNTOS	
16	EXCELENTE
14	BUENO
12	REGULAR
10	DEFICIENTE

Qué opinan los consumidores sobre las fotocopiadoras

Con el propósito de identificar las preferencias del público consumidor respecto a las distintas marcas de fotocopiadoras que se comercializan en el mercado mexicano, así como para conocer cuál ha sido su experiencia en el uso de dichos aparatos, la Dirección General de Investigaciones de la Profeco, a través de su Dirección de Investigación Social, realizó un estudio de opinión sobre el tema.

El estudio referido tomó como muestra a la población con ingresos superiores a 10 salarios mínimos vigentes en el Distrito Federal, aplicándose los cuestionarios correspondientes en distintos puntos de dicha ciudad capital.

Enseguida le presentamos las tablas que contienen las opiniones de los consumidores encuestados a propósito de nueve diferentes aspectos relacionados con la elección y uso de las fotocopiadoras.

CUADRO 1
ESTABLECIMIENTOS CAPTADOS DURANTE EL LEVANTAMIENTO DE FOTOCOPIADORAS PERSONALES

ESTABLECIMIENTOS	No.	%
TOTAL	35	100.00
Despachos	19	54.28
Agencias automotrices	5	14.28
Papelerías	7	20.00
Escuelas	3	8.58
Otros	1	2.86

CUADRO 2

¿ QUE MARCAS CONOCEN LOS CONSUMIDORES ?

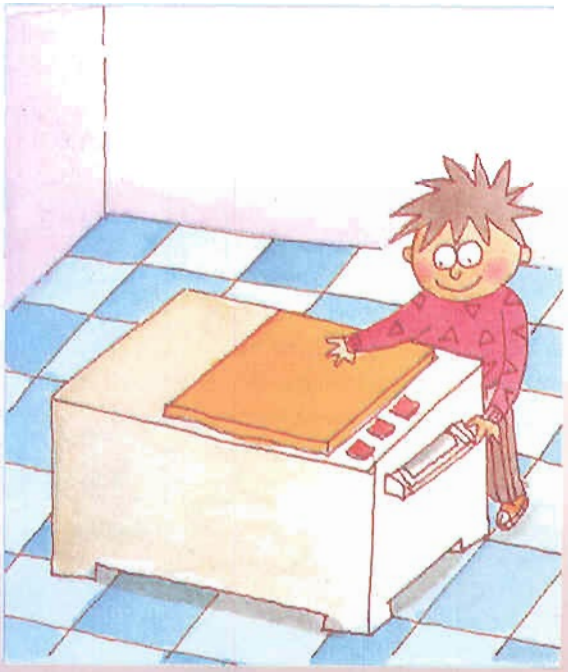
MARCA	No.	%
TOTAL	74	100.00
XEROX	29	39.19
CANON	17	22.98
NASHUA	11	14.87
MITA	6	8.11
SHARP	4	5.40
UBIX	2	2.70

NOTA: OPCION MULTIPLE

CUADRO 3

USUARIOS EFECTIVOS EN LA SELECCION DE LA MUESTRA

MARCA	No.	%
TOTAL	35	100.00
XEROX	18	51.42
CANON	8	22.86
MITA	2	5.71
UBIX	2	5.71
DEVELOP	1	2.86
KODAK	1	2.86
OLIVETTI	1	2.86
NASHUA	1	2.86
SHARP	1	2.86



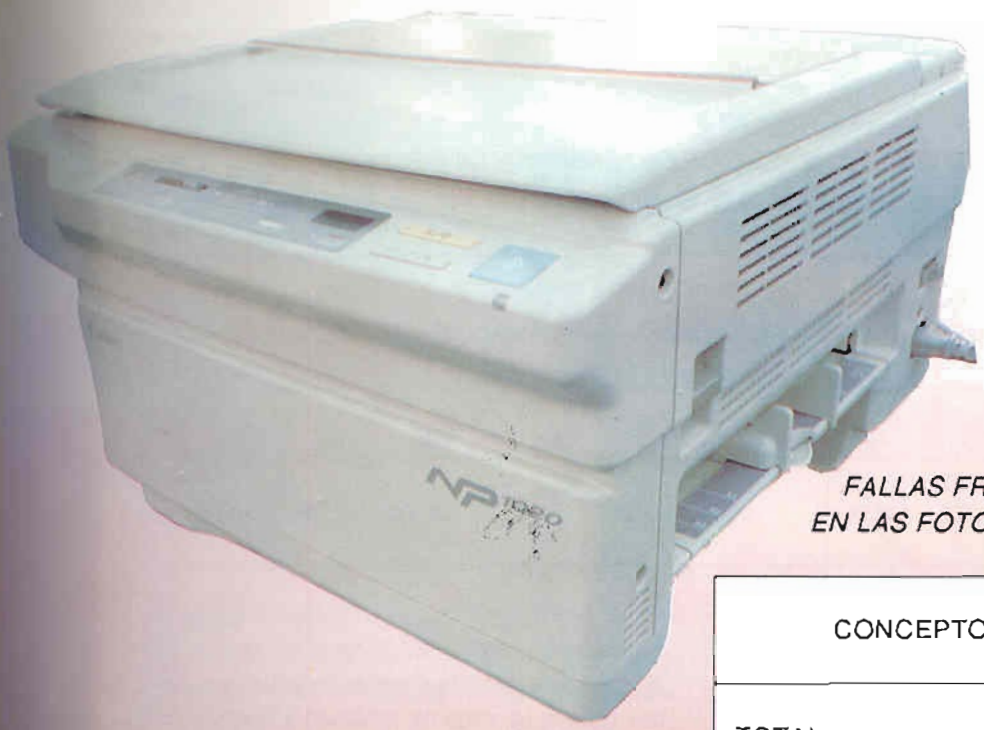
CUADRO 4
MOTIVO DE ELECCION

MOTIVO	No.	%
TOTAL	50	100.00
Calidad de copiado	23	46.00
Tamaño de la fotocopiadora	11	22.00
Por economía	5	10.00
Rapidez de copiado	5	10.00
Confianza en la marca	4	8.00
Otras	2	4.00

NOTA: OPCION MULTIPLE

CUADRO 5
TIEMPO DE USO DE LAS FOTOCOPIADORAS
EN LA MUESTRA SELECCIONADA

PERIODO	No.	%
TOTAL	35	100.00
Más de 2 años	15	42.85
De un año a 18 meses	9	25.72
De 6 meses a un año	9	25.72
De un mes a 6 meses	2	5.71



CUADRO 6
FALLAS FRECUENTES REPORTADAS EN LAS FOTOCOPIADORAS PERSONALES

CONCEPTO	No.	%
TOTAL	46	100.00
Se atoran las copias en los cilindros	16	34.78
Ninguna	12	26.09
Copias manchadas	10	21.73
Jala hojas de más	4	8.70
Otros	4	8.70

NOTA: OPCION MULTIPLE

CUADRO 7
REPORTE DEL REEMPLAZO DE MATERIALES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA FOTOCOPIADORA

CONCEPTO	No.	%
TOTAL	35	100.00
Mensual	13	37.14
Bimensual	7	20.00
Quincenal	7	20.00
Semanal	4	11.43
Depende	4	11.43

CUADRO 8

SOBRE LOS ASPECTOS TECNICOS QUE DETERMINAN LA OPINION DE LA CALIDAD

CONCEPTO	CALIDAD DE IMPRESION		VELOCIDAD DE ARRANQUE		VELOCIDAD DE COPIADO		RESISTENCIA DE LA MAQUINA		FACILIDAD DE MANEJO	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
TOTAL	35	100.00	35	100.00	35	100.00	35	100.00	35	100.00
Muy buena	14	40.00	8	22.86	5	14.28	10	28.57	19	54.28
Buena	18	51.42	19	54.28	21	60.00	23	65.72	14	40.00
Regular	3	8.58	8	22.86	9	25.71	2	5.71	2	5.72

CUADRO 9

OPINION SOBRE EL PRECIO, EL COSTO DE MATERIALES Y DE MANTENIMIENTO PARA FOTOCOPIADORAS PERSONALES

CONCEPTO	PRECIO DE LA MAQUINA		PRECIO DE MATERIALES		PRECIO DE MANTENIMIENTO	
	No.	%	No.	%	No.	%
TOTAL	35	100.00	35	100.00	35	100.00
Caro	14	40.00	10	28.57	10	28.57
Regular	17	48.57	21	60.00	14	40.00
Barato	4	11.43	4	11.43	11	31.43

Fuente: Coordinación de Investigación Tecnológica, Profeco.
Estudio de Opinión sobre el Consumo de Fotocopiadoras Personales en el D.F., febrero de 1994.